

FH

FLEISCHER-HANDWERK

Das Fachmagazin für die Produktion und den Verkauf von handwerklich erzeugten Fleisch- und Wurstwaren



**FLEISCHER
MIT ERFOLG:**
Hofmetzgerei
Ottillinger, Pöttmes

- **GRILLEN & GEWÜRZE:** European BBQ
- **NACHWUCHS:** Anina Wunderlich, Kirchenlamitz
- **PRODUKTFOTOGRAFIE:** Do-it-yourself oder Profi?
- **NACHHALTIGKEIT:** Welcome to Mehrweg

Die Hülle für den
perfekten Gewürzübertrag!



NaloSpice

OSKUt^{ex}
KALLE GROUP

Positiv statt negativ

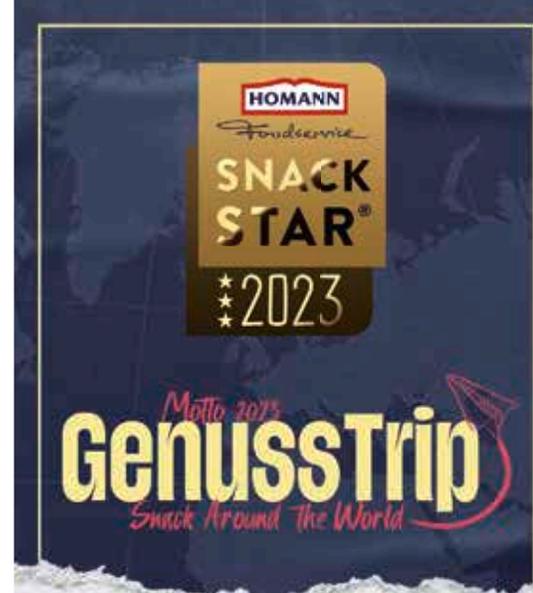


Marco Theimer
Chefredakteur
FH Fleischer-
Handwerk

Zu denken und zu handeln – das ist gerade wirklich nicht immer so einfach. Hier der seit über einem Jahr andauernde russische Angriffskrieg auf die Ukraine und seine Folgen auf die Wirtschaft im In- und Ausland: Inflation, Kaufzurückhaltung, hohe Kosten für Energie und Rohstoffe, Fachkräfte- und Nachwuchsmangel. Dort die Risiken des Klimawandels etc. Und dann auch noch die Verunglimpfung von Fleisch als wertvolles Lebensmittel. Ich stoppe diesen Hiobs-Reigen lieber nun und appelliere anstattdessen an die Kraft und Kreativität des Unternehmers. Vor allem im Fleischerhandwerk. Schon oft stand uns das Wasser bis zum Hals: BSE, Schweinepest, die Corona-Pandemie, überbordende bürokratische Stolpersteine, die uns von praxisfernen Akademikern, Beamten und Juristen in den Weg gelegt wurden. Alles das haben Sie, liebe Leserinnen und Leser, und ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter durch Passion, Schaffenskraft, Ideenreichtum, Standhaftigkeit und fachliches Know-how gemeistert.

Doch wie stehen die Metzgereien und Fleischereien hierzulande aktuell da? Das wollte auch der Deutsche Fleischer-Verband Ende Januar/Anfang Februar wissen und rief seine Mitglieder via App zu einem Stimmungsbild auf. Identische Fragen stellte der Verband zu Beginn des zweiten Corona-Jahres 2021. So meldete etwa knapp die Hälfte der Innungsbetriebe 2022 einen ebenso guten Umsatz im Weihnachtsgeschäft wie ein Jahr zuvor. Das ganze Jahr 2022 betrachtet, konnte etwas mehr als die Hälfte ihren Umsatz gegenüber 2021 halten oder verbessern. Rund zwei Drittel der Befragten haben keine Probleme, die Tiere zu beschaffen, die sie brauchen, um unverwechselbare Spezialitäten aus Meisterhand herzustellen und ihre Kunden damit zu begeistern. Die Umfrage zeigt, dass die Stimmung auch unter den oben genannten Herausforderungen besser ist als erwartet. Das Jahr 2022 sei für die Betriebe besser verlaufen als erwartet – auch wenn es große Unterschiede zwischen denen gibt, die sehr gut durch die Pandemie gekommen sind, und denen, die große Verluste hinnehmen mussten. Die Ertragslage könnte aber besser sein. Die genauen Zahlen gibt es in der Meldung vom 10. Februar 2023 in der DFV-App.

Auch in dieser Ausgabe Ihres Fachmagazins FH Fleischer-Handwerk begegnen Ihnen wieder junge und engagierte Menschen aus unserem Handwerk, die ihren Beruf lieben und sich daher leidenschaftlich und allen Herausforderungen zum Trotz einsetzen. Sie finden hier einmal mehr Betriebe mit Kolleginnen und Kollegen, für die Nachhaltigkeit und Wirtschaftlichkeit keine Gegensätze sind. Seit über zehn Jahren stellen wir Ihnen solche Betriebe vor – in diesem Heft und allen folgenden. Seien sie gespannt und zuversichtlich – besser ist das Glas halbvoll als umgekehrt!



SNACK STAR®
BRANCHEN-BATTLE
METZGER VS. BÄCKER VS. GASTRO



EINSENDESCHLUSS:
25.06.2023

Weitere Infos unter:
www.homann-snackstar.de

Mit freundlicher Unterstützung durch:





7



42



14



20



24

Branchenblick

Positiv statt negativ..... 3
 Kurz notiert 5
 Wir sind anders: Feuer entzünden..... 7
 Butcher Wolfpack:
 Top-Leistung in Lyon 9
 Im Fokus: Metzgerhandwerk Bayern.. 10

Nachwuchs

Anina Wunderlich, Kirchenlamitz..... 14
 Snack around the World 15

Grillen & Gewürze

Gastbeitrag Elmar Fetscher:
 European BBQ..... 16
 Genuss für die Sinne 20

Interview

HACCP-App: Dirk Ludwig 31

Mehrwegsysteme

Welcome to Mehrweg 32

Fleischer mit Erfolg

Oberleichtersbach:
 Bio? Warum nicht!
Familie Kleinhenz..... 24
Pöttmes:
 „Nice to meat you“
Familie Ottilinger 26
Baesweiler-Setterich:
 Gespür für die Wurst
Familie Lowis..... 28

Titelbild: Carolin und Maria-Theresa Ottilinger aus Pöttmes im Landkreis Aichach-Friedberg führen den Betrieb in fünfter Generation und machen auch bei der Produktionstechnik keine Kompromisse in Sachen Qualität.

Foto: Weber Maschinenbau

GO GREEN Der Umwelt zuliebe auf chlorfrei gebleichtem Papier gedruckt. Der Versand dieses Heftes erfolgt CO₂-neutral mit dem Umweltschutzprogramm GoGreen der Deutschen Post.

Dieser Ausgabe liegen eine Beilage der bfm Ladenbau GmbH, Lorch-Waldhausen, sowie der Beck Gewürze und Additive GmbH, Schnaittach, bei. Wir bitten um freundliche Beachtung!

Produktion – Wursthüllen

Interview Hilmar Reiß:
 Kreativität lockt Kunden..... 36

Mutmacher – Teil 12

Oxenhof in Aufhofen:
 Nachhaltiges Paradebeispiel..... 39

Messer & Co.

Scharfer Chic 40

Produktfotografie

Do-it-yourself oder Profi? 42

E-Mobilität

Kosten und CO₂ senken 44

Rubriken

Neu auf dem Markt / Impressum 47
 Gesucht & gefunden 49



**Stadt Böblingen
Gempel traf Özdemir**

Im Vorfeld des traditionellen Fischsuppenessens der Stadt Böblingen am Aschermittwoch traf der Metzgermeister und Unternehmensberater Fritz Gempel Bundesminister Cem Özdemir, der dort Fastenredner war. „Es gibt viele Metzgermeister, die sich auf diese Bundesregierung gefreut haben. Manche haben sich auch über Sie als grünen Landwirtschaftsminister gefreut. Doch diese Kollegen sind – wie ich auch – bitter enttäuscht. Einige denken, dass es Ihnen egal ist, wie viele konventionelle Tierhalter und Metzger über die Klinge springen“, sagte er zu ihm: „Sie haben mit Herbert Dohrmann als DFV-Präsidenten einen klugen Gesprächspartner.“ Darauf der Minister: „Ich spreche mit jedem. Und ich spreche auch sehr gerne mit den Metzgern.“

www.gempel.de

**LIV Mecklenburg-Vorpommern
Fleischertreff in Güstrow**

Der Verbandstag des Landesinnungsverbands des Fleischerhandwerks Mecklenburg-Vorpommern findet am 22./23. April 2023 im Hotel & Restaurant „Kurhaus am Insee“ in Güstrow statt. Am Samstag um 15 Uhr eröffnet LIM Torsten Zahlmann den Fleischertreff. Danach folgt eine Präsentation der AVO-Werke: Jan Thiele und Heiko Voelz zeigen Gewürz-Innovationen für die Grillsaison. Am Sonntag folgen Fachvorträge zum Thema „Digitalisierung im Fleischerhandwerk“: Dipl.-Wi.-Inform. (FH) Bernd Funk, Inhaber von Funk it.Consulting, „Die Warenwirtschaft – Sendepunkt der Digitalisierung“ und Peter Groll, Vertriebsleitung der B&L Medien-Gesellschaft stellt die HACCP-App und die Fleischer-App vor.

www.kreishandwerkerschaft-schwerin.de

**IG Bayerisches Strohschwein
In Berlin begeistert**



Erstmals nach der Corona-Pause präsentierte sich der Freistaat Bayern wieder im großen Stil und in eigener Halle auf der Int. Grünen Woche in Berlin. Mit dabei war auch die Landmetzgerei Strobel aus Selbitz-Dörnthal mit Spezialitäten vom Strohschwein. Das Team der Metzgerei begrüßte auf seinem Stand auch Bayerns Agrarministerin Michaela Kaniber und Wirtschaftsminister Hubert Aiwanger. Seit Anfang 2015 bietet Rüdiger Strobel seinen Kunden Spezialitäten vom Strohschwein an. Seitdem fand er viele Partner aus Landwirtschaft, Metzgerhandwerk und Gastronomie, die seine Idee teilen und im Verein Interessensgemeinschaft Bayerisches Strohschwein organisiert sind. Aktuell zählt dieser 36 Landwirte, 24 Metzgereien und 17 Gastronomen. <https://ig-bayerisches-strohschwein.de>

Fotos: Ig/Dettenmayer, Theimer, Tobias Hase/STWELF

**Europäische Union
Ahle Wurst geschützt**

Die EU schützt die Ahle Wurst bzw. Ahle Worscht als Nordhessische Spezialität g.g.A. (geografisch geschützte Angabe). Dieses Prädikat wurde bereits im Mai 2016 beantragt. Der Herstellung der Wurstspezialität wurden Grenzen gesetzt. Laut dem Amtsblatt der EU bildet Nordhessen das geografische Gebiet mit den Landkreisen Hersfeld-Rothenburg, Kassel mit der Stadt Kassel, Marburg-Biedenkopf, Schwalm-Eder, Waldeck-Frankenberg und Werra-Meißner. Die Schweine werden extra für die Verwendung in der Nordhessischen Ahlen Wurst länger gemästet als gewöhnlich. Sie müssen bei der Schlachtung ein Lebendgewicht von durchschnittlich mindestens 125 kg oder ein durchschnittliches Schlachtgewicht von mindestens 100 kg aufweisen. Bekannt dafür sind etwa die Fleischerei Kohl-Kramer (Borken-Trockenerfurth), die Landmetzgerei Koch (Calden) oder die Landfleischerei Neumeier (Hessisch Lichtenau, im Bild).



www.nordhessische-ahle-wurst.de

Schon bei Facebook geklickt?





WIR REALISIEREN IHRE IDEEN

- Sehr produkt- bzw. brätschonend*
- Besonders schneller Sortenwechsel*
- Maschinengehäuse besteht komplett aus hochwertigem Edelstahl*
- Hohe Lebensdauer und geringer Wertverlust*
- Portionierleistung von bis zu 250 Port./min.*
- Bestes Füllbild bei Rohwurst*

Heinrich Frey Maschinenbau GmbH
 89542 Herbrechtingen
 Telefon: +49 7324 1720
info@frey-maschinenbau.de
www.frey-maschinenbau.de



BGN

Achtung beim Aufschnelden

Schnell noch ein paar Scheiben schneiden, kurz zum Kollegen geschaut – weg ist die Fingerkuppe. Verhaltensfehler – so lauten die ersten Punkte einer Liste von Gefährdungen, die die BGN in ihrer Arbeitssicherheitsinformation „Aufschnitt-Schneidemaschinen“ (ASi 2.18) veröffentlicht hat. Am Anfang stehen: fehlende Aufmerksamkeit, Ablenkung durch andere Personen, falsches Verhalten des Bedienpersonals (Nichtbenutzen des Resthalters) oder grob fahrlässiges Verhalten durch Demontage des Resthalters (Manipulation von Sicherheitseinrichtungen). Unterweisung tut Not, um das Verhalten der Mitarbeiter zu beeinflussen. Der eindringliche Hinweis, dass Resthalter, Daumen- und Fingerschutz sinnvoll sind, ist nicht banal. Das Rundmesser sei immer gefährlich und „besonders scharf“, wenn es schnell gehen soll. www.bgn.de

Aichinger Wechsel in der Vertriebsleitung



Nach 25 Jahren als Vertriebsleiter bei Aichinger übergab Günter Muth (65, li.) zum 1. März 2023 seine Position an den Fleischermeister und Betriebswirt Christian Milk (43, re.) und ging in den Ruhestand. „Günter Muth war das Gesicht von Aichinger vor Ort. Er hat mit Energie und Empathie im vergangenen Vierteljahrhundert wesentlich zu unserem Erfolg beigetragen. Er ist nicht nur Zeitzeuge der dynamischen Entwicklungen im Ladenbau, sondern prägender Mitgestalter dieser Branche“, würdigte ihn Geschäftsführer Dr. Oliver Blank. Der Küchenmeister führte den Vertrieb seit 1998 und wurde mit seinem Team zum starken Partner für das Bäcker- und Fleischerhandwerk sowie den LEH. Als Macher stellte er den Menschen in den Fokus, schuf ein Netzwerk aus Experten und war für viele Berater und Freund. In seiner Zeit wurden viele Entwicklungen, Konzepte und Ideen eingeführt. Sein Gastro-Know-how brachte er auch in die Entwicklung von Ausgabe- und Präsentationsmodulen für Snacks und warme Speisen ein. „Christian Milk hat in den vergangenen drei Jahren als Vertriebsleiter für die Regionen Nord, Mitte und West seine außerordentliche fachliche Expertise und ein hohes Maß an Zukunftsorientierung bewiesen“, lobt er seinen Nachfolger. www.aichinger.de

Münchener Verein

Gewerbeabsicherung

Sein Unternehmen dem Zufall zu überlassen, ist keine gute Idee. Denn neben einer passgenauen Absicherung ist auch ein verlässlicher Partner essenziell. Der „Deutsche Handwerker-Schutz“ des Münchener Vereins bietet beides. Das neue Produkt des Handwerkerversicherers ist ein Paket zur Absicherung von gewerblichen Risiken. Betriebshaftpflicht-, Geschäftsinhalts-, Geschäftsgebäude- und Elektronikversicherung können separat oder als Rundum-Schutz abgeschlossen werden. „Zudem bietet der Schadensservice täglich 24 Stunden einen persönlichen Ansprechpartner“, heißt es aus dem Unternehmen. Weitere Informationen online unter: www.muenchener-verein.de/dhs.



Markenschaufenster



ZIEGENHOF
ETZLSTORFER

Jetzt bei uns Zicklein-Fleisch bestellen!

Für Ihre Fleischtheke oder auch zum Wursten.
Von Ihren Kunden besonders zu Ostern gewünscht.

85386 Deutenhausen/Eching | 08133-321 | lisa.christof@gmx.de

STILLER
VERSCHLIESS-TECHNIK

Telefon 07268 392

Dosenverschleißmaschinen
Halb- und vollautomatisch, für Handwerk und Mittelstand

WWW.STILLERGBH.DE

HOKUMA
VERKAUFEN LEICHT GEMACHT

QR Code

Tel.: 02208 99 49 868

www.hokumat.de



mitp-Verlag

Food fotografieren

Ansprechende Produktfotos sind für die Vermarktung und den Verkauf unerlässlich. In seinem Buch „Produktfotografie“ gibt der erfahrene Produktfotograf Wolfgang

Rottmann praktische Anleitungen zu Technik, Licht, Requisiten und Set-Aufbau. Die Fotos eignen sich dann etwa für die Platzierung im Web-Shop oder für Social Media-Kanäle. Er erklärt einfache Aufbauten mit Taschenlampen und Aufsteckblitzen ebenso wie den professionellen Set mit Blitzen, gibt Hinweise zu alternativem (Licht-)Equipment, um mit kleinerem Budget zu professionellen Ergebnissen zu kommen sowie Anregungen für passende Requisiten und Hintergründe. Frechen: mitP-Verlag, 208 Seiten, 27,99 €. www.quadratmedia.de



Der neue Vorstand

- 1. Vorsitzender:**
Torben Friedrichs (Wittingen)
- 2. Vorsitzende:**
Isabel Frank-Hausleitner (Stuttgart)
- Teamleiter Süd:**
Florian Moosmann (Spaichingen)
- Teamleiter Nord:**
Markus Helbig (Tönisvorst)
- Schriftführerin:**
Agnes Häberle (Plochingen)
- Kassenführerin:**
Stefanie Forster (Münchsteinach)
- Beirat:** Jochen Schneider (Pliezhausen),
Thomas Brechtelsbauer (Georgensgmünd),
Markus Bode (Langen), Michael Arnold
(Aschaffenburg)

Feuer entzünden

Bei der jährlichen Mitgliederversammlung wählte der Verein „Fleischerhandwerk – wir sind anders“ einen neuen Vorstand und stimmte anstehende Aktivitäten ab.

Der Ort des Meetings war die Fleisch-Erlebniszentrale „Steakschaft“ von Metzgermeister Dirk Ludwig in Schlüchtern, der den Verein zum dritten Mal als Gastgeber begrüßte. Neben jeder Menge kollegialem Austausch und Spaß, gab es auch ernstere Dinge zu diskutieren und zu beschließen, etwa die Neuaufstellung des Vereinsvorstandes. So gab die Vereinsgründerin und zweifache Mutter Stefanie Forster ihren 1. Vorsitz ab. Die 25 Vereinsmitglieder, die aus vielen Teilen Deutschlands angereist waren, wählten diesen Vorstand (s. Kasten).

In dem 2016 von zwölf jungen Frauen und dem 2019 verstorbenen Coach Sven Tholius gegründeten Verein, sind rund 130 Mitglieder aus 80 Betrieben organisiert. Pandemiebedingt ruhten die Vereinsaktivitäten allerdings weitgehend in den vergangenen

Jahren. Nun soll es wieder verstärkt mit aufmerksamkeitsstarken Aktionen zur Gewinnung und Förderung von Branchennachwuchs im Fleischerhandwerk losgehen.

Als Gäste bei dem Jahresmeeting dabei waren auch Lara Schneider und David Becker von der Nationalmannschaft des Fleischerhandwerks. Im Anschluss an den „trockenen“ Teil des Vormittags folgte ein Beef-Tasting, bei dem Dirk Ludwig Fleisch-Know-how zum Thema Grillen vermittelte und aus seiner langjährigen Erfahrung als Dry-age-Pionier berichtete. In den „Beefern“ kamen zuvor sous-vide-gegarte Edelfleischteile: Skirt Steak, Rib-eye, Roastbeef, Schweinebauch und Tri Tip (Bürgermeisterstück). Das Thema Grillen soll auch bei den Aktivitäten des Vereins 2023 eine wichtige Rolle spielen. **mth**
www.fh-wirsindanders.com



„Kreativ aufgelegt“ begeistern

In ihrem modularen Seminarkonzept vermittelt die Verkaufsleiterin Karmen Walcher – seit einiger Zeit im evenord-Team – Freude am aktiven Verkauf und Genuss.

Kreativ aufgelegt werden sollten nicht nur feine Schinken- oder Kanapeeplatten, findet sie, um das „Kopfkino“ der Verbraucher zu aktivieren und ihre Wertschätzung für Handwerksqualität zu steigern, dürfen das auch die Verkaufsfachkräfte selbst sein. „Kreativ aufgelegt“ lautete auch der Titel eines Schnuppernachmittags am evenord-Stammsitz in Nürnberg. Hier präsentierten Karmen Walcher und Bedford-Fachberater Stefan Klausmann vor 40 Fachkräften aus gut 20 Metzgereibetrieben der Region ihr Konzept, wonach sich gute Verkaufsfachkräfte in drei Themenbereichen weiterbilden sollten: „Aktiv verkaufen“, „Kreativ arbeiten“ und „Genuss & Entwicklung“. Geschehe das im Team, könne nicht nur der Umsatz des Betriebes gesteigert, sondern auch die Freude an der eigenen Arbeit. Was theoretisch klingt, garnierte die Bundessiegerin der Fleischerei-Fachverkäuferinnen von

2003 mit allerlei Tipps – vom Thekentraining mit Aktionskarten über gezielte Produktplatzierung in der Theke bis zur Sensorik als Verkaufsargumentation und zum „Tasting“ für eine bessere Produktwahrnehmung.

Kreativität und Kompetenz

Praktisch umgesetzt war dies in metzgertypischen Produkt-Arrangements zu sehen: In filigran gestalteten Schinken- und Käseplatten, dekoriert mit Nuss-Splittern und Granatapfelkernen, handgeschnitzten Röschen aus Rettich, Krönchen aus Radieschen oder Melone und Garnituren aus Him- und Blaubeeren. In Kanapees mit Wurst und Käse, elegantem Fingerfood, delikaten Feinkostsalaten oder süßen Verführungen wie Quarkdesserts im Glas mit Rosmarinzwig. In Bagel-Variationen mit Belag von Schnitzel bis Frischkäse und appetitlichen Farbtupfern durch frisches Obst und Stückchen von Gurke, Möhre, Paprika oder Salatblättchen.

Das Legen einer perfekten Schinken- oder Wurstplatte erfordert ein gewisses künstlerisches Talent – es lässt sich aber erlernen. Karmen Walcher, die als Fachlehrerin und Dozentin am Bildungszentrum des Flei-

scherhandwerks in Augsburg, HWK-Prüferin und Filial- und Mitarbeiterbetreuerin für große Metzgereien arbeitete, erklärt: In der „bündigen Technik“ wird das Legen mit mehreren (gerollten) Scheiben begonnen, pro Reihe sinkt ihre Anzahl um eine. Zum Ende wird die Optik V-förmig und immer schmaler. In der „Aufbautechnik“ beginnt man das Legen mit einer Scheibe, verdoppelt dann beliebig oft und reduziert dann wieder; diese Methode sei für das Auslegen von Ecken gut geeignet. Professionelles, kreatives Arbeiten hinter der Theke gelte auch für das Zerlegen einer Putenbrust:

Kunden wünschen sich sauber filetierte, schön anzusehende Stücke – und mit einem exakten Schnitt bleibt laut Referentin auch das Gewicht der Abschnitte (und damit des Verlusts) gering. Ihre Philosophie

zielt auf eine fokussiertere, durchdachte Präsentation gerade selbst hergestellter Produkte in der Theke ab – und auf aktiven Verkauf: So vermitteln Fachbegriffe Kompetenz und sorgen für Vertrauen bei den Kunden und „Genussadjektive“ steigern den Kaufwunsch. „Zusatzverkauf war gestern – dem Kompetenzverkauf gehört die Zukunft,“ ist sie überzeugt.



Das Konzept

Das Seminarkonzept von **Karmen Walcher** mit den Bausteinen „Aktiv verkaufen“, „Genuss & Entwicklung“ und „Kreativ arbeiten“ kann je nach Betrieb individuell kombiniert und nach Intensität und Dauer angepasst werden – ob Praxistraining im Laden oder Theorie, für Fachkräfte oder Quereinsteiger, zur Thekengestaltung oder zum Dekorieren von Präsenten. Infos per E-Mail an Karmen.Walcher@evenord.com, Tel. 0151/52 63 38 93. www.evenord.de

Top-Leistung in Lyon

Katharina Endraß-Lacher und Fabian Schüttler vom Butcher Wolfpack glänzten bei der European Butcher Competition auf der Messe Sirha in Lyon und belegten als bestes nichtfranzösisches Team den 4. Platz.

Die beiden „Nachwuchswölfe“ nahmen auf Einladung des französischen Metzgerverbandes an diesem Wettbewerb teil und waren das jüngste Team. Außer Katharina Endraß-Lacher (29) war nur noch eine weitere Frau am Start. Acht Teams – fünf französische, ein belgisches, ein italienisches und ein deutsches Zweier-Team mit einer Altersstruktur zwischen 19 und 55 Jahren – stellten sich am 22. Februar 2023 dieser Herausforderung: innerhalb von vier Stunden ein halbes Lamm, eine Schweineschulter, einen halben Rinderrücken inklusive Knochen, eine Kalbsbrust und ein Perlhuhn zu theken- bzw. küchenfertigen Speisen zu veredeln und nach dem Motto „Puppentheater von Guignol“ auf einer maximal 50 cm hohen und 70 x 70 cm großen Fläche kreativ zu präsentieren. Dabei konnten Motive der Kasperlefigur Guignol in irgendeiner Form darin einfließen.

Straffes Timing

Katharina Endraß-Lacher übernahm den Part der Veredelung, das Binden und die Dekoration der Fleischteile, die Fabian Schüttler zuvor fachgerecht zerlegt und zugeschnitten hatte. „Wir haben z. B. das Perlhuhn ausgelöst, mit Hackfleisch gefüllt und zu einem



Braten fein abgebunden“, berichtet der 25-Jährige, der bei der World Butchers Challenge im September 2022 in Sacramento/USA Vize-Weltmeister im „Ausbildungs-Wettbewerb“ wurde und aktuell seinen Meisterkurs an der Fleischerschule in Augsburg absolviert. Katharina Endraß-Lacher verpasste auch damals im „Gesellen-Wettbewerb“ das Siegerpodest nur knapp.

Beim Zerlegen und Zuschneiden ging es darum, dass die „Knochen schön weiß sein mussten“, berichtet er. „Trotz des straffen

Timings haben wir das alles sehr gut hinbekommen“, resümiert er und respektiert die Leistung der drei vor ihnen auf dem Siegerstülpchen platzierten französischen Duos. Den Vorsitz der international besetzten Jury hatte der beste Metzger Frankreichs, Francois Mulette, inne. Auf Instagram und Facebook medial begleitet wurde ihre großartige Leistung von Metzger-Weltmeisterin Katharina Bertl, die wie die beiden auch internationale Metzgerkollegen in Lyon wiedertraf. **mth**
www.butcherwolfpack.de





Die Sieger

Sonderwettbewerb „Beste Schwarzwurst/Speckwurst“

1. Platz – Metzgerei Boneberger, Schongau: Bauernspeckwurst
2. Platz – Metzgerei Schmid, Buttenwiesen-Wortelstetten: Schwarzwurst, mild
3. Platz – Metzgerei Häfner, Ebelsbach: Speckwurst

Preisverleihung „Metzger Cup“ 2023



Landmetzgerei Brechtelsbauer, Georgensmünd



Lars Bubnick und Staatsminister Dr. Florian Herrmann MdL



Metzgerei Joh. Lotter, Sulzbach-Rosenberg

Im Rahmen der Veranstaltung wurde Verena Hög (2.v.re.) geehrt, die rund 27 Jahre lang mit großem Engagement für den Branchennachwuchs als Fachlehrerin an der Fleischerschule Augsburg tätig war und nun in den Ruhestand ging.



Metzgerei Siegler, Lohr am Main



Feinkost-Metzgerei Weber, Lenggries



Schüler der Berufsschule I Rosenheim

Kandidat für den Landtag

Der Metzgermeister Andreas Kaufmann aus Roßhaupten im Ostallgäu bewirbt sich um ein Direktmandat bei der bayerischen Landtagswahl im Oktober.

Der zweifache Vater führt seinen Betrieb mit 36 Angestellten und ist in seiner Heimatregion fest verwurzelt. Er ist Mitglied des Kreistags, seit 2011 Vorsitzender der Roßhauptener CSU und stv. Obermeister der Fleischerinnung Allgäu. Er weiß, wo es in der Praxis zwickt und welche Themen seine Berufskollegen bewegen. Nun möchte er seine Erfahrung sowie die Stimme des Handwerks in den Landtag tragen und bewirbt sich für das Direktmandat im Stimmkreis Marktoberdorf.

„Die Berufsgruppen des Handwerks sind in den Parlamenten deutlich unterrepräsentiert. Deshalb können wir das politische Engagement unserer Berufskollegen, unabhängig von ihrer Parteizugehörigkeit, nur unterstützen. Wir würden uns sehr freuen, wenn er das Vertrauen der Delegierten in seinem Wahlkreis erhält“, kommentiert Lars Bubnick. Eines von Andreas Kaufmanns Hauptthemen ist der Erhalt ländlicher Strukturen sowie der landwirtschaftlichen Betriebe. „Egal ob Handwerk, Landwirtschaft oder Industrie: Jeder Betrieb hat seinen Platz und wir brauchen jeden Einzelnen – von ganz klein bis ganz groß. Für diesen Erhalt brauchen wir aber auch Fachkräfte. Damit wir die weiterhin bekommen, müssen wir deutlich machen, dass man auch als Handwerksmeister studieren kann. Die duale Ausbildung ist sehr wertvoll für uns. Sie ist die Basis für wirtschaft-



lichen Erfolg“, betont Andreas Kaufmann. Einen weiteren Schwerpunkt setzt er beim Thema Digitalisierung. „Es muss viel konkreter definiert werden, wo Gesellschaft und Wirtschaft im Alltag durch die Digitalisierung von Prozessen entlastet werden können“, und



„Die duale Ausbildung ist sehr wertvoll für uns. Sie ist die Basis für wirtschaftlichen Erfolg.“

Andreas Kaufmann

schlägt direkt die Brücke zu einem aus seiner Sicht dringend notwendigen, sinnvollen Abbau bürokratischer Belastungen. „Besonders auf behörd-

licher Ebene geschieht noch viel zu viel mit Papier, Stift und Fax. Da sind uns andere Länder weit voraus. Mit Hilfe digitaler Schnittstellen sollte da eine deutliche Entlastung möglich sein.“

www.kaufmann-metzgerei.de

Fotos: Landesinnungsverband für das bayerische Fleischerhandwerk, Andreas Kaufmann, geobra Brandstättler Stiftung & Co. KG – Playmobil



Playmobil-Metzger wieder da

Klein an unsere Stände lockt. Da fiel die Wahl auf die bekannte Marke Playmobil“, berichtet Landesinnungsmeister Konrad Ammon. Gesagt, getan. „Die Figur verkörpert positive Emotionen. Als wir über unsere Social-Media-Kanäle von den ersten 1.000 Promo-Figuren berichtet hatten, glühten die Mail- und Telefondrähte heiß. So wurden weitere mehrere tausend Stück bestellt“, sagt Lars Bubnick.

Aufgrund der großen Nachfrage gibt es sie nun sogar im eigenen Playmobil-Karton – mit bayerischem Metzgerlogo und einem Bild des Schul- und Verbandsgebäudes in Augsburg als Hintergrund. Die Figur eignet sich als Geschenk für Kinder, für Ausbildungsmessen oder andere Veranstaltungen. „Wenn wir es schaffen, dass mit Hilfe der Figur unser Handwerk ein Stück weit zurück in die Köpfe unserer Gesellschaft kommt, ist das ein weiterer Erfolg“, sagt Lars Bubnick. Bestellen kann man die Figur hier: www.metzgerhandwerk.de

In einer Kooperation mit Playmobil (Fa. Geobra Brandstättler) hat der Fleischerverband Bayern die selten auffindbare Metzger-Figur als Sonder-Edition neu aufgelegt: weiße Arbeitskleidung und Basecap, Würstchen und Schinken, begleitet von einem Lächeln. „Wir suchten ein Give-away für unsere Ausbildungsmessen. Ein Mitbringsel, dessen Marke jeder kennt und das Groß und



„Next Generation“ tagte

Premiere im Genusshotel Wenisch in Straubing: 30 junge (künftige) Inhaber/-innen aus dem Metzgerhandwerk Bayerns und Thüringens informierten sich über Chancen der Zukunft.

Die erste Kooperationsveranstaltung dieser Art der Landesinnungsverbände Bayerns und Thüringens für junge (künftige) Inhaber/-innen und Berufskollegen aus Verkauf und Produktion war ein großer Erfolg. „Es ist uns wichtig, eure Meinung und Sicht auf die Dinge zu hören. Ihr seid die, die unser Handwerk in die Zukunft führen. Sagt, was euch bewegt – wir hören aufmerksam zu und binden eure Wünsche und Anregungen in unsere Arbeit ein“, begrüßte Landesinnungsmeister Konrad Ammon die Teilnehmer/-innen. Und Verbandsgeschäftsführer Lars Bubnick schloss sich an: „Lasst uns gemeinsam spinnen! Das, worüber wir heute vielleicht noch schmunzeln, kann in zwei bis drei Jahren Realität sein. Zudem müssen wir uns auf Veränderungen im Vertrieb unserer Waren einstellen. Da sind wir lieber vorn als zu spät hinten dran.“

Das Programm war hochkarätig besetzt. Den Auftakt machte der Publizist, Food-Blogger, Moderator und Netzwerker Hendrik Haase. Er referierte über neue und teils digitale Vertriebswege sowie technische Anwen-



Im Praxistest: Virtual-Reality-Brillen

dungen aus anderen Ländern der Welt. Dabei zeigte sich, dass sich die Metzgerbranche mit Vertriebswegen jenseits des Online-Shops beschäftigen sollte, Stichwort: Generation Smartphone. Ergänzend dazu stellte Michael Kimmich (SmartStore24) die von seinem Unternehmen entwickelten Smart-Stores vor. Einkauf im Verkaufscontainer vor Ort via Smartphone, ohne Verkaufspersonal, aber mit vollumfassend getracktem Produktsortiment. Abgerundet wurde der Tag durch einen Vortrag des VR-Spezialisten Christof Sitar, Geschäftsführer von Media

Squad Innsbruck. Gemeinsam mit ihm entwickelt der Fleischerverband Bayern eine Virtual-Reality-Software (VR) für die Branche, deren Prototyp hier fleißig getestet wurde. Sichtlich beeindruckt waren sich die Jungen einig: „Die Einsatzmöglichkeiten von VR-Technik sind auch im Metzgerhandwerk grenzenlos.“ Gemeinsam wurde besprochen, wie die VR-Technik in die Ausbildung oder auf Ausbildungsmessen eingebunden werden könne.

Die junge Generation lieferte Ideen und Input, die der Verband umsetzen will. „Der Fleischerverband Bayern geht auch hier voran. Nach dem Abschluss der Programmierung werden wir unseren Innungen entsprechendes Equipment zur Verfügung stellen“, betonte Konrad Ammon. „Unsere Erwartungen wurden weit übertroffen. Und das war erst der Anfang. Nun sind wir dran. Wir nehmen einen Rucksack voll Aufgaben mit in die Geschäftsstelle. Wer in der „Next Generation“ mitwirken möchte, kann sich gerne bei uns melden“, resümierte Lars Bubnick. www.metzgerhandwerk.de

Lena II. in Berlin

Drei Tage lang repräsentierte die amtierende Bayerische Weißwurstkönigin Lena II. das Metzgerhandwerk auf der Internationalen Grünen Woche in Berlin.



„Eine tolle, wunderbare Zeit mit vielen Überraschungen“.

Lena II. – Lena Rothkopf



MdB Alois Rainer und Obermeister Stefan Einsle



Messe, der Bayernhalle. Es dauerte nicht lange und Lena II. stand im Mittelpunkt von Presse und Fernsehen. Auch viele Messebesucher wollten ein Bild mit und von der strahlenden Weißwurstkönigin.

Sie warb nicht nur für die Kulturstadt aus dem Freistaat, sondern traf auch einige Politiker und Politikerinnen. Ein gut gelaunter bayerischer Wirtschaftsminister Hubert Aiwanger war fasziniert von der „Königin“ und ihrem hölzernem Weißwurst-Szepter und „biss“ hinein. Am Abend war man dann zum Staatsempfang geladen und es ergab sich die Möglichkeit auf einen Plausch mit Ministerpräsident Dr. Markus Söder und Staatsministerin Michaela Kaniber (Landwirtschaft/Ernährung). Ganz besonders über den Besuch von Lena II. freute sich der

einzigste Metzgermeister im Deutschen Bundestag, Alois Rainer.

Am nächsten Tag wurden die Bundesländer in den anderen Messehallen besucht und Lena II. startete eine „World-Tour“, bei der sie unzählige Länder mit ihren landestypischen Schmankerln kennenlernte. „Beeindruckend, was hier auf die Beine gestellt wurde“, sagte sie. Auch für ein Foto mit zwei jungen Thailänderinnen blieb Zeit. Leider war der Landkreis Regen mit keinem Stand vertreten. Doch die 1. Dampfbierbrauerei Pfeffer und die Metzgerinnung ArberLand hielten die Landkreisfahne hoch. Zum Abschluss der Hauptstadt-Tour stand ein Sightseeing mit dem Reichstagsgebäude, dem Brandenburger Tor und dem Kult-Cafe „Einstein“ auf dem Plan. „Es war eine tolle Erfahrung und eine wunderbare Zeit mit vielen Überraschungen, die mir wohl noch lange in Erinnerung bleiben wird“, resümierte Lena II. vor der Heimreise am Sonntag.

www.mymetzger.de, www.weisswurstkoenigin.de

Fotos: Metzger-Innung ArberLand

Dabei begleitet wurde sie vom Obermeister und Organisator der Reise, Stefan Einsle, und dem Bayerischen Weißwurstbotschafter Albert „Bertl“ Fritz. Nach zwei Jahren Corona-Pause war dies der achte Auftritt der Innung auf der größten Landwirtschaftsmesse der Welt. Zunächst ging es ins Hotel und dann zum Kurfürsten-

damm. Die Weißwurst-Delegation schlenderte zu „Biers Kudamm 195“, der bekanntesten Wurstbude Berlins. Auch der bayerische Gesundheitsminister Klaus Holetschek ließ sich dort eine Currywurst schmecken und bestand auf ein Foto mit Lena II.

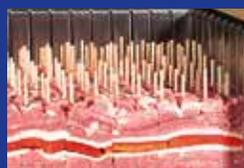
Pünktlich zur Eröffnung am Freitag war die Innungs-Delegation vor Ort am Hotspot der

Stick System 480



Sicher gespießt: 480 Wellen-, o. Hackfleischspieße pro Stunde.

Stick System 72



72 quadratische Spieße. Je max. 180g. In 20 min.



Buchenholzspieße
1.000 Stück je Karton
lieferbar.

Wrap System 600



Umsatz schnell gewickelt:
600 Fackelspieße pro Stunde.

MIVEG
SMART SKEWER SYSTEMS

Am Sandfeld 17
D - 91341 Röttenbach
Tel: +49 9195 99 99 20

info@miveg.de
www.miveg.de

Motivierte Allrounderin

Erste 2021 beim Homann SnackStar, 2022 Siegerin beim IFFA-Berufsschulwettbewerb und Kammerbeste der HWK Oberfranken im Fleischerei-Fachverkauf: Anina Wunderlich von der Metzgerei Wunderlich in Kirchenlamitz liebt die Abwechslung in ihrem Beruf.



Egal ob an der Ladentheke, im Service in der Gaststube, bei Veranstaltungen im Event-Raum „Gutmann’s Schenke“ im Obergeschoss, beim Ausliefern bestellter Waren oder Speisen, Plattenlegen, Schreiben von Rechnungen oder immer öfter beim Zerlegen unter den Augen von Vater Bernd in der Wurstküche – die 21-jährige ist vielfältig interessiert und muss sich nicht erst motivieren. Nach dem Realschulabschluss entschied sie sich bewusst für eine Ausbildung in dem von ihrer Familie seit Generationen geführten Betrieb. Diese schloss sie im September 2022 erfolgreich ab und wurde dafür vor einigen Wochen als drittbeste des aktuellen Absolventenjahrgangs in Bayern geehrt.

„Kein Tag ist gleich. Ich liebe die Abwechslung. Aber man muss auch zielstrebig und konsequent in seinem Handeln sein, kreativ und fingerfertig sowie ein Auge für Details haben“, betont sie. Natürlich habe sie sich einiges von ihrer Mutter Sonja abgeschaut, die den Betrieb mit Ehemann Bernd führt. „Auch das frühe Aufstehen darf kein Hindernis sein. Wenn man etwas mit Spaß und Hingabe macht, ist das o.k.“, ergänzt sie. Viele Jugendliche hätten ein falsches Bild vom

Handwerk und Vorurteile bezüglich der Berufe dort. Man müsse letztere noch positiver darstellen, meint sie, denn: „Im Handwerk ist man nicht nur eine Nummer. Man sieht jeden Tag, was man mit den eigenen Händen geschaffen hat, und das ist das Besondere an diesem Beruf“, betont die Gesellin.

„Man sieht jeden Tag, was man mit den Händen geschaffen hat.“

Anina Wunderlich



Einsatz trägt Früchte

Das hat sie schon oft bewiesen. Mit ihrer Kreation „Chili-Chicken-Cheddar-Balls“ gewann sie 2021 beim Nachwuchswettbewerb Homann SnackStar. „Die hat sich auch sofort ein Stammkunde zur Goldenen Hochzeit gewünscht. Auch im Laden und im Partyservice hatten wir Variationen davon“, berichtet sie. Eine Variante des Snacks war 2022 auch Bestandteil ihres Beitrages „Unser Herz schlägt für das Fichtelgebirge“ zum IFFA-Berufsschulwettbewerb, den sie mit ihrem Azubi-Kollegen Hannes Maisel (Metzgerei Leopold, Bad Berneck) gewann. Dafür hatten beide wochenlang viele Stunden Freizeit an der Hans-Wilsdorf-Schule in Kulmbach sowie in ihren Ausbildungsbetrieben für den letzten Schliff ihrer Präsentation und Aufgabe investiert. „Wettbewerbe sind eine schöne Bestätigung. Man sieht, dass man etwas gut gemacht hat“, lächelt sie.

Als Kammerbeste und Bayerns Drittbeste hat sie nun die Möglichkeit, finanzielle Mittel der Begabtenförderung der Handwerkskammer Oberfranken in Anspruch zu nehmen. „Die haben wir natürlich beantragt und nun stehen 8.100 Euro als Fortbildungsstipendium abrufbereit, die Anina für Weiterbildungskurse einsetzen kann. Die 10 Prozent Eigenanteil leisten wir gerne“, erklärt Sonja Wunderlich. Neue Ideen holt sich ihre Tochter im Internet, pflegt regionale Kontakte zu Kollegen, etwa zur Metzgerei Schmidkunz in Selb, und geht ihrer Passion – dem Springreiten – nach.

Ihr nächstes Ziel? Der Meistertitel 2024, am liebsten mit ihrem Bruder Johannes, der Metzgergeselle im elterlichen Betrieb ist – wahrscheinlich in Landshut, wo auch Vater Bernd seinen Meister machte. „Dafür muss ich aber noch einiges in Sachen Zerlegung, Zugschnitt und Wurstproduktion von ihm lernen“, zeigt sie Respekt vor der Aufgabe. **nth**
www.metzgerei-wunderlich.de



Snack around the World



Zum zweiten Mal nach 2022 – und zum zwölften Mal insgesamt – findet der etablierte Nachwuchsförderwettbewerb Homann Snack Star® erneut als Branchen-Battle statt.

Teilnehmen können Nachwuchskräfte (Azubis & Junioren) aus den Berufsgruppen Metzger, Bäcker und Gastronomie, bis maximal fünf Jahre nach dem Abschluss ihrer Ausbildung – allein oder im Duo: Einsendeschluss ist der 25. Juni 2023. Wie auch zum Auftakt des Branchen-Battles im vergangenen Jahr ist der diesjährige Wettbewerb in drei Stufen (Quali-, Haupt-, und Finalrunde) aufgeteilt: In der Quali-Runde müssen die Nachwuchstalente eine kreative

Snack-Idee zum diesjährigen Motto „Genuss-Trip – Snack around the world“ kreieren.

Dabei ist es egal, ob es sich um scharfe Tacos aus Mexiko, exotisches Banh Mi aus Vietnam oder ausgefallene Continental-Crossover-Snacks handelt, der Kreativität sind keine Grenzen gesetzt. Die Voraussetzung: Mindestens ein Produkt aus dem zur Verfügung gestellten Homann Foodservice-Warenkorb muss als Snack-Bestandteil oder Dip verarbeitet werden. Eine Fachjury sichtet

alle Einsendungen nach vorgeschriebenen Kriterien und wählt aus allen Ideen die drei besten Snacks mit Urlaubsfeeling je Branche. Die 3 x 3 besten Snacks stellen sich dann in der Hauptrunde, dem Online-Voting (14.8. bis 16.9.2023 auf www.homann-snackstar.de) der Snack Star®-Online-Community. Die Sieger je Branche qualifizieren sich für die Finalrunde und treten im Live-Branchen-Battle gegeneinander an.

Neben dem Sieger-Event mit attraktiven Geld- und Sachpreisen, erhalten die Finalisten und Finalistinnen die Chance sich Tipps und Tricks von den drei in den Branchen bekannten Profi-Paten Catharina Politz (Metzger), Caroline Bosselmann (Titelverteidigerin, Bäcker) und Simon Kolar (Gastronomie) zu sichern. Für die Finalisten und ihre Lehrer bzw. Ausbilder übernimmt Homann Foodservice die Kosten der Anreise und die Übernachtung am heute noch geheimen Ort des Finales.

Alle Teilnehmer erhalten nach dem Ende des Wettbewerbs eine Urkunde. Die Berufsfach-, Meisterschule oder der Ausbildungsbetrieb mit den meisten qualifizierten Einsendungen hat die Chance, ein exklusives Snack Star®-Seminar zu gewinnen. Darin erhalten Schüler und Schülerinnen einen Einblick in theoretische und praktische Grundlagen der Snack-Entwicklung sowie Tipps und Tricks zu Snack-Trends. www.homann-snackstar.de

Kontakt

Weitere Infos, die Bewerbungsmaterialien sowie die Möglichkeit den kostenlosen Homann Foodservice-Warenkorb zu bestellen, gibt es unter www.homann-snackstar.de oder auf Instagram (@homann.snackstar). Für einen persönlichen Kontakt steht das Snack Star®-Reiseleitungs-Team unter (0203) 73 82 15-0 oder per E-Mail (snackstar@markenpartner.com) zur Verfügung.
Einsendeschluss: 25. Juni 2023

Fotos: Teodorescu, Homann Foodservice

IT'S NEW! IT'S MAGIC!

Jetzt unsere neuen MAGIC Marinaden entdecken.

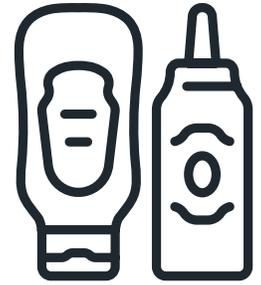
Mehr Infos unter:





European BBQ

Wohl kein anderer Trend hat in den vergangenen 20 Jahren so viel Aufmerksamkeit erhalten, wie Grillen und Barbecue. In einem Gastbeitrag stellt der Fire&Food-Herausgeber Elmar Fetscher einen neuen Trend vor: European BBQ.



Zu den Grillklassikern Bratwurst und Nackensteak gesellten sich mit dem Einzug des „American Way of Barbecue“ neue Fleischzuschnitte und Zubereitungsmethoden. Nun lässt sich ein neuer Grilltrend am Horizont ausmachen: das European BBQ – die Fusion von traditioneller Kochkunst und Röstaromen. Obwohl seit Jahrtausenden mithilfe eines Feuers schmackhafte Speisen rund um den Globus aufgetischt werden, hat sich Grillen und Barbecue in Europa als wahrzunehmender Trend erst in den vergangenen zwei Jahrzehnten durchgesetzt. Gegrillt wurde zwar auch hier seit jeher, aber überwiegend klassisch-traditionell über direkter Hitze. Von einer Grill- oder gar Barbecue-Kultur sprach nahezu niemand.

Anders in den USA, der Heimat von heiß gegrillten Hamburgern, Hot Dogs oder Steaks sowie der „Holy-Trinity of Barbecue“: Pulled Pork, FOB (Fall Off the Bone) Ribs und Beef Brisket, die über viele Stunden bei niedrigen Temperaturen im Rauch eines Holzfeuers gegart werden. Ein Trend, den die Grillindustrie mit neuen Geräten und passendem Zubehör für das möglichst perfekte Grillergebnis beantwortete. Auch das Fleischerhandwerk stand vor der Aufgabe, neue Fleischzuschnitte in ihr Angebot aufzunehmen und sich intensiver mit Fleischrassen und -qualitäten auseinanderzusetzen. Letzteres ist in einem Land wie Deutschland, das den Fokus seit Jahrzehnten auf Milchvieh setzt, kein einfaches Unterfangen.

Krise als Chance

Die Corona-Krise befeuerte den Grill- und BBQ-Boom nochmals kräftig. Mit den Lockdowns kam die Zeit, sich wieder verstärkt auf das eigene Heim zu besinnen. Statt mit der Familie und mit Freunden Restaurants zu besuchen war ein gemeinsames und regelkonformes Essen daheim an frischer Luft angesagt. Das Bedürfnis, Terrassen und Gärten in grüne Lebensräume zu verwandeln, wurde so stark wie nie zuvor – und beflügelte die Kreativität von Manufakturen und Globalplayern im Bereich der Outdoor-Küchen gleichermaßen. Zum Grill- und Barbecue-Thema mit all seinen Facetten, kam jetzt noch das traditionelle Kochen, Braten, Frittieren und Backen hinzu. Ganze Geräteparks wurden wetterfest im Freien installiert.

Wem für den ganz großen Wurf das nötige Kleingeld fehlte, ersetzte oder ergänzte sein Grillgerät durch eine Neuanschaffung. So hielten der aus der Küche gewohnte Komfort und die dazugehörigen Sicherheitsaspekte Einzug in den Garten, auf den Balkon und die Terrasse. Mittlerweile sind die starken Umsatzzuwächse der vergangenen Jahre aber deutlich abgeflaut. Der grillbegeisterte Konsument zeigt sich jetzt sehr zurückhaltend. Was jedoch bleibt

– und gerade für die Fleischbranche Umsatzpotenzial generiert – ist die Chance, die Begegnung von Indoor-Küche und Outdoor-Cooking zu forcieren. Mit traditionellen Küchenrezepten, die auf einem



„Kaum ein anderer Trend hat in den vergangenen Jahren so an Fahrt aufgenommen wie Grillen und Barbecue. Der neueste Trend heißt ‚European BBQ‘. Durch ihn eröffnen sich für die Gastronomie und das kulinarische Handwerk ganz neue Geschäftsfelder.“

Elmar Fetscher

Weil Handwerk
Perspektive hat!



...UND ES SCHMECKT

Ihr Partner für

- ▶ Innovationen
- ▶ Sicherheit
- ▶ Technologie
- ▶ Geschmack

Lay Gewürze GmbH
Würz- &
Lebensmitteltechnologie
Im Oberen Weidig 2
D-98631 Grabfeld
OT Queienfeld
Tel.: +49(0)36944-521-0
info@lay-gewuerze.de
www.lay-gewuerze.de

Outdoor-Grill umgesetzt werden. Dabei dürfen feuerfeste Pfannen und Töpfe aus der Indoor-Küche zusammen mit Wok, Dutch Oven, Pizzastein und Plancha auf den Grillrost – und mit regionaler, nationaler sowie internationaler Küche zum „European BBQ“ fusionieren.

Aus der Küche auf den Grill

Grillen ist ein großes Stück einfacher und verlässlicher geworden. Etwa durch beleuchtete Sicherungseinheiten sowie eine Automatisierung der Steuerungsprozesse – von der Temperaturregelung bis



Im Profil

Fire&Food ist europaweit das erste Magazin, das sich seit über 20 Jahren redaktionell konsequent mit allen Teilbereichen rund ums draußen Grillen und Kochen befasst. Seit 2002 ist es Herausgeber Elmar Fetscher wichtig, den Lesern einen hohen praktischen Nutzwert zu bieten und Laien sowie Profis gleichermaßen anzusprechen. Ob mit Rezepten, informativen Geschichten über Grill- und Essgewohnheiten aus aller Welt, Fachwissen über die unterschiedlichsten Grill- und Barbecue-Tools und Spezialthemen zu allen kulinarischen Bereichen. Das Magazin gilt als führendes Medium im Segment „Outdoor Cooking“, das Grillen und Barbecue zum spannenden Ganzjahresthema gemacht hat. Zur Fire&Food-Markenfamilie gehören neben dem Magazin verschiedene Themen-Specials und Bookazines, ein Business Newsletter sowie die Messeformate „BBQ Week“ und „Die Hubert“. www.fire-food.com
„BBQ WEEK 2023“, 18. bis 20. Mai 2023

zur Durchführung des gesamten Garvorgangs. Je nach technischer Ausstattung des Grillsystems wird dieser sogar beim Erreichen des gewünschten Gargrads eigenständig beendet. Wer die sich bietenden Raffinessen schätzt, nutzt gerne auch mehrere Grillsysteme parallel, um zum perfekten Grillergebnis zu kommen. Ein sprichwörtlicher Dauerbrenner sind dabei Gasgrillstationen, die oft über mehrere Brenner im Garraum, eine Drehspießfunktion mit Heckbrenner, einen Seitenkocher und eine spezielle Steakzone für scharfes Angrillen verfügen. Mit diesen Modellen sind dem European BBQ alle Möglichkeiten eröffnet. Umfangreiches Zubehör wie eine Plancha- bzw. Grillplatte oder ein Pizzadome samt Pizzastein machen das European BBQ-Vergnügen noch vielseitiger. Die einst beliebten Kugelgrills wurden mittlerweile häufig von den eiförmigen Keramikgrills abgelöst, die auf dem Jahrtausende alten Wissen der Kochkultur des indisch-asiatischen Raums basieren und sich ebenfalls fürs European BBQ eignen. Das gilt auch für die Pelletsmoker oder neue E-BBQ-Geräte, die durch die steigenden Gaspreise immer mehr Aufmerksamkeit erhalten.

Um einen Grill als Multi-Gargerät einzusetzen, eignen sich im Prinzip alle Grillsysteme, sogar der einfache Holzkohlegrill ohne Haube oder Deckel. Feuerfeste Pfannen oder Töpfe aus (Guss-)Eisen, Edelstahl oder Emaille werden dafür auf den Grillrost oder auch den Seitenbrenner eines Grills gestellt. In der Pfanne lassen sich Gemüsegerichte oder Geschnitzeltes mit Röstaromen verfeinern. Auch Saucen können so zubereitet werden. In den Töpfen laufen Bratenstücke, Rouladen, Ragouts, Gulasch und – je nach Topfgröße – auch Federvieh à la Coc au vin zu kulinarischen Höchstleistungen auf. Diese Gerichte erhalten ein besonderes Röstaroma, wenn sie zuvor direkt auf dem Grillrost angebraten werden und dann erst in den Topf kommen. Mit dieser Methode ist selbst das Garen und Backen im Dutch Oven möglich, ohne gleich ein ganzes Lagerfeuer errichten zu müssen. Auf diese Weise ist Grillen und Barbecue so unkompliziert und vielseitig wie nie!

Elmar Fetscher, Herausgeber „Fire&Food“



Skirt-Steak-Streifen

Zutaten:

10 Skirt Steaks (Färse oder Ochse), 10 Tropfen Tabasco® Chipotle Sauce, Salz, 10 EL brauner Zucker

Vorbereitung:

Skirt Steaks mit Tabasco® Chipotle Sauce einreiben und über Nacht abgedeckt im Kühlschrank durchziehen lassen. Das Fleisch vor dem Zubereiten mit Salz und je 1 EL braunem Zucker würzen.

Zubereitung:

Steaks sehr scharf direkt grillen (sie sollen innen zartrosa sein). Fleisch kurz ruhen lassen. Die Steaks gegen die Faser in dünne Streifen schneiden und mit Süßkartoffel-Wedges und Kochs Sahnemeerrettich anrichten.



Grillgewürze-Kompodium

Mit seinem Grillwürze-Kompodium 2023 – das dieser Ausgabe beiliegt – erleichtert **Beck Gewürze und Additive** Metzgereien die Auswahl seiner BBQ-Zutaten. Das praktische Werkzeug ergänzt die 2023 erweiterte Auswahl an Grillgewürzen und -marinaden für die BBQ-Saison: Mit dem darin enthaltenen Farbfinder gelingt es laut Beck noch wirtschaftlicher zu produzieren und jeden Kundenwunsch zu treffen. Kunden wählen ihr Grillgut nach Fleischsorte, Geschmack und Farbe. Metzger müssen Gewürze und Marinaden jedoch möglichst vielseitig nach Menge und Fleischart verarbeiten. Bei der Auswahl unterstützt sie Beck jetzt, indem sie ihre BBQ-Würzungen ganz schnell nach Farbe und Fleisch zusammenstellen können. Ob rot, grün, gelb oder farblos, ob Rind, Schwein, Geflügel, Wild oder Fisch: Das Kompodium hilft dabei zu entscheiden was sich in größeren Mengen effizient verarbeiten lässt und in der BBQ-Theke gute Abverkäufe garantiert. www.beck-gewuerze.de



Rollbraten „Presa“

Zutaten:

2 kg Schweinehals (Presa, Nackenkern), 8 EL mittelscharfer Senf, z. B. Develey, Salz, Pfeffer, 400 g Bratwurstmasse (gewürzt), 10 EL fein gehackte Röstzwiebeln, 20 Bacon-Scheiben, 10 EL Original Münchner Weißwurstsenf, z. B. Develey

Vorbereitung:

Fleisch zu einer gleichmäßig dicken Platte aufschneiden, mit 4 EL Senf bestreichen. Salz und Pfeffer. Bratwurstmasse mit 5 EL fein gehackten Röstzwiebeln vermischen. Die Fleischplatte mit dem Bratwurst-Mix bestreichen und einrollen. Aus den Bacon-Scheiben ein Gitter legen, mit dem restlichen Senf bestreichen. Rollbraten auf das Bacon-Gitter setzen, Fleisch mit dem Speck ummanteln und mit Grill- oder Bratenschnur fixieren. Den Münchner Weißwurstsenf mit den restlichen Röstzwiebeln vermischen und beiseite stellen.

Zubereitung:

Den Braten indirekt bei 160°C auf eine Kerntemperatur von 78 bis 82°C grillen. Oder das Fleisch bei 140°C und 25 % Luftfeuchte auf eine Kerntemperatur von 78 bis 82°C garen.



Fotos: Beck Gewürze und Additive/dedicative.de, Develey Food Service, Anastasia – stock.adobe.com

Hagesüd präsentiert:



Für Geflügel, Schweinefleisch,
Fisch und Meeresfrüchte

MARINIERSOFT® Mojito oG+oA

Art.Nr. 4916 0
Geschmack: Limette, Rum
Zugabe: 50 g / kg



Für Rind, Kalb, Schwein,
Geflügel, Lamm

MARINIERSOFT® Schalotte oG

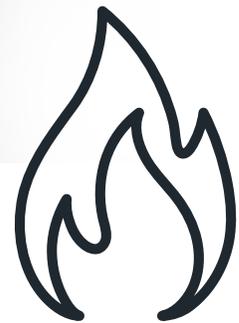
Art.Nr. 4917 0
Geschmack: Schalotte/Zwiebel
Zugabe: 60 g / kg





Beck Gewürze und Additive

Wenn die ersten wärmenden Sonnenstrahlen im Frühling zu spüren sind, steigt nicht nur bei eingefleischten Grillfans die Lust aufs Grillen, sondern auch der Wunsch nach neuen Geschmacksimpulsen. Grundsätzlich wünscht sich die BBQ-Community eines: Abwechslung.



Genuss für die Sinne

Einst waren sie wertvoller als Gold und lockten Seefahrer und Entdecker in unbekannte Welten: Gewürze. Sie stimulieren alle Sinne und sorgen dafür, dass der Alltag auf dem Teller nicht langweilig wird. Gewürzmischungen, kreative Rubs und Saucen mit internationalen Geschmacksnoten sind nicht nur bei BBQ-Fans in aller Munde. Auch in diesem Jahr hält dieser Trend an. Nach der Corona-Pandemie seien vor allem starke Aromen gefragt, so verkünden es die Hersteller von Gewürzen. Ob komplexe Chilinoten wie die von Habanero, Chipotle oder Cayennepfeffer, die Schärfe und Raffinesse liefern, oder orientalische Kreationen wie Harissa, Baharat oder Ras el Hanout, die authentisch-exotische Geschmackserlebnisse versprechen. Doch auch die Geselligkeit und das Miteinander sollen nach den Jahren der Pandemie wieder stärker in den Mittelpunkt rücken.

„Mit der neuen Grillsaison freuen wir uns darauf, Menschen dabei zu helfen, unvergessliche Erlebnisse mit ihren Liebsten zu schaffen. Egal, ob es sich um ein Grillfest im Hinterhof oder ein großes Familientreffen handelt, unsere Produkte eignen sich perfekt, um neue Geschmacksrichtungen zu entdecken und verschiedene Kulturen zu erleben, während man die entspannte Atmosphäre mit Familie und Freunden genießt“, sagt Miguel Kempnich, Head of Marketing Deutschland bei der Moguntia Food Group.

Nach der Corona-Pandemie sind vor allem starke Aromen gefragt.

Geschmackswelten eröffnen

Doch nun genug des Allgemeinen. Welche neuen Geschmacksrichtungen landen in der Grillsaison auf dem Teller? Einige Beispiele ausgewählter Unternehmen werden nachfolgend vorgestellt:

Erschwingliche Produkte und bekannte Rezepturen, die Sicherheit geben, sind in schwierigeren Zeiten gefragt. Daher bieten die *AVO-Werke* mit ihren Standardsortimenten, z. B. im Bereich der Marinaden, Würzsaucen, Gewürzmischungen und klassischen Wurstge-

würze, passende Lösungen an. Mit dem breiten Sortiment an Wurstgewürzen und Gemüsezubereitungen können kreative Metzger der klassischen Bratwurst einen besonderen Pfiff verleihen und den Kunden neue Geschmackswelten eröffnen.

Auch fleischfreie oder hybride Produkte mit passender Textur und dem richtigen Geschmack sind weiter ein Trendthema. Mit solchen Produkten gelingt eine Reduktion des Fleischanteils, wodurch Gesundheits- und Umweltbewusste angesprochen werden können. Im Bereich seiner Klassiker empfiehlt das Unternehmen etwa die Trockenwürzungen „Bonanza“ oder „Dallas“, die sich für Kurzgebratenes, Pulled Pork aus dem Smoker oder Schmorgerichte aus dem Dutch Oven eignen.

Für kreative Grillspezialitäten präsentiert *Beck Gewürze und Additive* eine ganze Reihe an Marinaden der Range „Beck SoftFix“. Die leuch-

Fotos: Beck Gewürze und Additive/dedicative.de, Anastasia – stock.adobe.com



AVO-Werke: Abwechslungsreiche Würstchenkreationen



Beck Gewürze und Additive: Marinade Roasted Garlic



Develey Food Service, z. B. Hamburger Sauce

Chili BBQ“, eine pikant-deftige Mischung mit Chili, Koriander und ausgewogener Rauchnote. Die edelwürzige Sorte „Orient“ mit Anis, Zimt und Piment entführt Grillfans in die Welt von 1.001 Nacht. Das Sortiment umfasst zwölf Varianten. Aromatisch und facettenreich erstrecken sich die Möglichkeiten von Argentinien über Sizilien bis Indien und von Senf bis Kräuterbutter. Als Trockenprodukt sind sie nicht nur lange lagerbar, sondern stets in der passenden Menge ruck-zuck angerührt. Bei der Wahl der Flüssig- sowie der Ölkomponente sind der Kreativität keine Grenzen gesetzt. Natürliche Inhaltsstoffe machen das Fleisch zart und halten die Spezialitäten für den Rost überdies länger frisch.

tend gelbe Marinade „ZitronenTraum“ etwa verwöhnt den Gaumen mit fruchtiger Zitronennote, buntem Pfeffer und süßem Buttergeschmack. Verfeinert ist sie mit weißem Pfeffer, Ingwer, Schinusbeeren, Thymian und Limette. Für Freunde der fränkischen Lebensart bietet sich die rotgelbe Marinade „Fränkische Heimat“ an: mit einer Senfnote, Weinessig und Schnittlauch, verfeinert mit gerösteten Zwiebeln, Knoblauch und einer kräftigen Kümmel-Note. Sie bringt den traditionellen Geschmack typisch fränkischer Gerichte und Speisen auf den Teller. Geröstete Knoblauchstücke sind namensgebend für die Marinade Roasted Garlic, die laut Beck zu einem Geschmacks-Eldorado führt. Charakteristisch für sie ist ein feines Bratenaroma, verfeinert mit Bärlauch, Chili und weißem Pfeffer.

Zu fast jedem Grillgut gehört eine passende Sauce. *Develey Food Service* bietet Klassiker und exotische Grillsaucen an, die zu Fleisch, Würstchen, Burgern, Gemüse oder Grillkäse passen. 100 % davon sind vegetarisch und über 80 % sogar vegan. Die süß-pikante Sweet Chili Sauce in der 875-ml-Kopfstandflasche passt zu Hähnchen oder Käse vom Grill. Zudem eignet sie sich als Beilagen-Dip, z. B. zu Kartoffel-Wedges. Das praktische Großgebilde verspricht ein Ausgießen ohne Kleckern. 30 % knackige Gurken- und 5 % frische Zwiebelstückchen prägen die Textur des Develey Gurken Relish. Die Würzsauce eignet sich etwa zum Verfeinern von Burger-Patties und komplettiert Hamburger und Sandwiches. Zwiebeln und Gurken verleihen der veganen Hamburger Sauce ihren frischen Geschmack, der durch fruchtiges Tomatenmark abgerundet wird. Auch hier hilft die 875-ml-Kopfstandflasche beim sicheren Dosieren.

Die Sinne herausfordern

Zwei neue Sorten ergänzen das Grillfix-Sortiment von *Frutarom Savory Solutions*. Für Liebhaber intensiver Schärfe eignet sich „Hot

MEDITERRANE VERLOCKUNG:

VANTASIA® Schlemmer-Öl Rosmarin oGAF





Frutarom Savory Solutions: Grillfix-Range



Hagesüd: Mojito und Schalotte



Nubassa: Fenchel-Orange

Alle Marinaden der Mariniersoft-Range von *Hagesüd* sind auf der Basis von Rapsöl hergestellt und enthalten kein zugesetztes Mononatriumglutamat. Jedes Jahr kommt eine Marinade hinzu, sodass dieses Sortiment 25 abwechslungsreiche Sorten in klassischen und exotischen Würzrichtungen umfasst, z. B. Andalusia oG+oA, Bali oG, Dijon oG, Gaucho oG+oA, Mykonoso oG+oA, Sumatra Red oG+oA oder Texas oG+oA. 2023 neu im Sortiment sind die beiden Mariniersoft-Marinaden Mojito oG+oA (Geschmack: Limette, Rum) und Schalotte oG (Geschmack: Schalotte/Zwiebel). Sie eignen sich zum Veredeln von Grillspezialitäten aller Art, etwa für Steaks von Schwein oder Rind, kreativ gesteckte Spieße oder Hähnchenkeulen. Allen gemeinsam ist eine geringe Zugabemenge pro Kilogramm.

Die Verbrauchertrends „Entspanntes Essen ohne Hektik mit Freunden und Familie“ und „Sensorische Entdeckungen“ stehen 2023 für

die *Moguntia Food Group* im Mittelpunkt. Daher entwickelte das Unternehmen eine Reihe von BBQ-Produkten, welche die Kreativität anregen und den Menschen helfen sollen, neue Geschmacksrichtungen zu entdecken. So ermöglichen etwa Kombinationen von Kräutern und sauer eine neue Balance beim Geschmack. Für die Marinade „Aromette® Latein-Mediterrane Paprika“ ließ sich das Unternehmen von lateinamerikanischen Parrilla-Paprikaschoten inspirieren, die über dem Feuer gegart und mit einem europäischen Fusions-Twist verfeinert werden. Der Newcomer in der BBQ-Trendküche ist die ostasiatische Küche. Sie ist durch eine Extraportion Schärfe und Zitrusfrüchte gekennzeichnet und findet durch ihr frisches, schmackhaftes und farbenfrohes Aussehen rasch Zuspruch bei den Konsumenten. Diesem Geschmacksprofil folgt die Marinade „Aromette® Südasiatische Jiao Yan“, die von der traditionell chine-



Pull that Chicken

Zutaten:

10 mittelgroße Maishähnchenkeulen, 80 g BBQ Rub, 10 EL Develey Barbecue Sauce, 10 TL Develey Original Münchner Weißwurstsenf, 6 Tropfen Tabasco® Chipotle Sauce, 10 Burger-Brötchen, 10 Eissalatblätter (geputzt, gewaschen und getrocknet), 300 g Develey Gurkenschnitzel

Vorbereitung:

Die Maishähnchenkeulen mit BBQ Rub einreiben und über Nacht im Kühlschrank abgedeckt durchziehen lassen.

Zubereitung:

Marinierte Keulen bei 100 bis max. 120°C indirekter Hitze zwei Stunden räuchern, dann in „Butcher Paper* eine weitere Stunde garen lassen. Oder Hähnchenkeulen im Kombidämpfer etwa 2 Stunden bei 130°C und 40 % Luftfeuchtigkeit garen.

Servieren:

Das Fleisch mit einer Gabel von den gegarten Maishähnchenkeulen „rupfen“. Hähnchenfleisch mit Develey Barbecue Sauce und Original Münchner Weißwurstsenf vermischen, mit Tabasco® Chipotle Sauce abschmecken. Burger Brötchen aufschneiden, mit Eissalat, gewürztem Hähnchenfleisch und Gurkenschnitzel belegen und mit Sour Cream verfeinern.



Moguntia Food Group: Jiao Yan



Raps: Marinieren mit der Magic-Range



Van Hees: Vantasia Döner Style

sischen Gewürzmischung Jiao Yan aus Salz und Pfeffer inspiriert ist und südasiatisch mit Koriander, Ingwer und einem Hauch von Zitrusfrüchten aufgepeppt wurde.

Grill & Chill

Raffiniert gewürzt mit den Quicksoft®-Marinaden von Nubassa werden Rind-, Geflügel- und Schweinefleisch, Fisch oder Grillkäse zu Stars in der Theke. Über 60 Geschmacksrichtungen, exotisch, fruchtig, rauchig-scharf oder fein-würzig, stehen zur Wahl, z. B. Chimichurri, Black Magic oder Salsa Nuevo. Neu ist die aromatisch-fruchtige Marinade Quicksoft® Fenchel-Orange CL/AF mit angenehmer Orangenote und einem Hauch Fenchel. Alle sind ungekühlt haltbar und bestehen aus ungehärteten Fetten, Meersalz und ausgewählten Gewürzen. Sie verleihen dem Grillgut eine ansprechende Optik und einen besonderen Glanz. Zudem stabilisieren sie die Haltbarkeit und Frische der Grillkreationen. Für Gesundheitsbewusste gibt eine mit CL und AF gekennzeichnete Linie mit Produkten, die keine deklarationspflichtigen Allergene, zugesetztes Glutamat und künstliche Farb- und Konservierungsstoffe enthalten.

Neu in der 40 Sorten umfassenden palmölfreien und deklarationsfreundlichen Magic-Range von Raps sind die gebrauchsfertigen Ölmarinaden Apfel-Hibiskus und Roast Chicken Style. Mit fruchtigen Noten weckt die erste neue Sorte Sommergefühle. Dafür wurden Apfelpulver und gemahlene Hibiskusblüten mit Schwarzkümmel, Rauchsatz und Paprika kombiniert. Ein Hauch Orangenöl rundet die Komposition ab. Sie eignet sich zum Marinieren von Grillspezialitäten von Rind, Schwein, Geflügel, Lamm, Fisch und Gemüse. Roast Chicken Style knüpft an den Geschmack eines Brathähnchens an. Dementsprechend dürfen Paprika, Curry, Rosmarin und Chili hier nicht fehlen. Die zweite Neuheit passt zu Geflügel und Convenience-Spezialitäten. In beiden Marinaden sind die Kräuter und Gewürze homogen verteilt. Das Grillgut saftet nicht aus. Die Marinaden gibt es im 2,5- und 4,5 kg-Gebinde. Rezeptideen finden Interessierte auf der Plattform „myRAzept“. Beispiele sind Chicken-Fingers am Spieß oder ein klassisches Schweinenackensteak mit der frischen Apfel-Hibiskus Marinade.

Einen Hauch von Orient verspüren Kunden, wenn Bratwürste, Spareribs oder Geflügelspieße mit dem neuen Vantasia® Grillgewürz Döner Style oGAF von Van Hees veredelt wurden. Wenn es eine

Alternative zum Grillen gibt, fällt die Wahl bei Genussfreudigen seit Jahren und mit weiter steigender Tendenz auf einen Döner. Mit dem neuen Grillgewürz schlägt das Unternehmen eine Brücke zwischen Morgen- und Abendland und bringt so den orientalischen Klassiker in die Fleischtheke. Das orangerote Gewürzsalz mit sichtbarem Kräuteranteil verfügt über eine Vielfalt an Gewürzen und punktet in der Theke durch seine Optik. Geschmackstypisch eignet es sich gut für Hackfleischprodukte, Spieße und Steaks. In eine andere, nicht weniger faszinierende Geschmacksrichtung geht das Unternehmen mit dem Vantasia® Knoblauchpfeffer oGAF, einem hellen, gelben Gewürzsalz mit grünen Kräutern und granuliertem Knoblauch. Der würzige Geschmack nach Knoblauch mit feiner Pfeffernote passt zu Schwein und Geflügel.

Ein weiteres Fachthema zur Grillsaison 2023 folgt in der kommenden Ausgabe im Mai. Also dann: Gut Glut und Gasflammen an!

Nützliche Links

www.avo.de / www.beck-gewuerze.de / www.develey-food-service.de / www.frutarom.eu / www.hagesued.de / www.moguntia.com / www.nubassa.de/flyer / www.raps.de / www.van-hees.com



Nubassa

Der Gewürzspezialist

für exzellente & individuelle Gewürzmischungen, Marinaden und technologische Zusatzstoffe in hochwertiger Qualität.

www.nubassa.de

Bio? Warum nicht!

Vor 35 Jahren gründete Richard Kleinhenz seine eigene Metzgerei und spezialisierte sich nach und nach auf die Herstellung von Bio-Produkten. Nun tritt er administrativ in den Hintergrund und Tochter Silvia und ihre Mutter Inge setzen den nachhaltigen Weg fort.

Die Wertschätzung ihrer heimatlichen Region sowie nachhaltiges Handeln und Wirtschaften führten die Familie Kleinhenz dorthin, wo sie heute ist: ein zuverlässiger, geschätzter Partner zu sein. „Wir sind eine untypische Metzgerei und besetzen eine Nische“, sagt Dr. Silvia Kleinhenz, die nach einer Fleischerlehre in Würzburg Lebensmittelchemie studierte und am Max-Rubner-Institut in Kulmbach promovierte. Sie arbeitete als Laborleiterin und kam 2011 zurück in den Betrieb. Heute leitet die Mutter dreier Töchter zusammen mit ihrer Mutter die Geschäfte, während Richard Kleinhenz weiter seiner Passion in der Wurstküche nachgeht.

„Schon damals herrschte Fachkräftemangel und so beschlossen wir, unsere Fachkräfte in der Produktion zu konzentrieren, uns von den Filialen nach und nach zu trennen und neue Vertriebswege zu erschließen“, berichtet sie. Filialen gab es etwa in Bad Kissingen und Bad Neustadt/Saale. Heute ist gerade noch ein kleiner Laden am Stammsitz dreimal pro Woche vormittags und freitags ganztägig geöffnet. Trotzdem stieg die Mitarbeiterzahl von anfangs drei auf heute 25, wovon etwa zwei Drit-



Richard und Dr. Silvia Kleinhenz sind mit Bio-Spezialitäten erfolgreich, mit dem sie u.a. auch auf dem „Rhöner Wurstmarkt“ (Bild u.) präsent sind.



tel in der Produktion arbeiten. „Übrigens auch viele Frauen“, betont sie. Über 100 Nachwuchskräfte als Metzger und im Fachverkauf bildete ihr Vater – auch schon in der Metzgerei seines Bruders – erfolgreich aus, z. B. den Fleischer-Vize-Europameister 2009, Marcus Beran.

Ihre Kundenklientel hat sich die Metzgerfamilie über Jahre erfolgreich aufgebaut. „Wir sind sehr flexibel, was die Produktion betrifft. Klein genug, um kleine Chargen herzustellen. Groß genug, um größere Aufträge kurzfristig umzusetzen“, betont sie. Dafür wurde die Produktion in den 1990er-Jahren mehrfach bedarfsgerecht erweitert. Heute schätzen Gastronomie- und Bio-Großhändler, Großküchen

Fotos: Kerstin Junker, Theimer

und Kantinen, Schulcaterer, landwirtschaftliche Direktvermarkter sowie Metzgerkollegen die Kleinhenzschen Spezialitäten.

Regionale Partnerschaft

Dazu zählen etwa ein mit Edelschimmel ummantelter Bio-Rohschinken, „Rhön Schdegge“ (Rohwürstchen in Form eines kleinen Wanderstocks), Lammpezialitäten, Bio-Putenwurst-Aufschnitt, geräucherte Bauernwurst in Fetten, mehr als 20 Sorten Bratwürste, Convenience-Produkte und -Fertiggerichte sowie Krautrouladen. Erste Schritte in Richtung Bio ging Richard Kleinhenz vor rund 14 Jahren, als ein befreundeter Hotelier keinen Lieferanten fand. Das Sortiment wuchs und wurde immer vielfältiger. Mittelfristiges Ziel sei es, nur noch Bio-Ware herzustellen. „Anfangs ist die Umstellung auf Bio ungewöhnlich – keine Geschmacksverstärker, kein Phosphat, wenig Pökelsalz. Aber das Ergebnis ist es wert. Es ist traditionelles Metzgerhandwerk mit Naturgewürzen. Das schmecken auch die Kunden“, betont Richard Kleinhenz.

Die Tiere kommen von kleinen Erzeugern aus maximal 50 Kilometern Umkreis – von Bio- und konventionellen Höfen: z. B. Schweine und Ochsen (Antonius-Hof, Fulda), Bio-Lamm und -Schweine (WernerGut, Kalbach), Fränkisches Gelbvieh (Pfadäckerhof, Gräfendorf-Weickersgrüben), Lamm (Schäferei R. Herdt, Römershag) oder Bio-Puten/-Gänse/-Hähnchen (Naturland Biohof Ritter, Ostheim v.d. Rhön). Wenn die Landwirte über kein eigenes Schlachthaus verfügen, erfolgt die Schlachtung im Schlachthof Fulda und einem kleineren Schlachtbetrieb in Wülfershausen. 15 bis 20 Schweine und acht Stück Großvieh pro

Woche, dazu Lämmer und Geflügel, zerlegen und veredeln die Beschäftigten in der Produktion montags bis freitags zu den beliebten Rhöner Fleisch- und Wurstspezialitäten. Ausgeliefert werden die Waren mit zwei eigenen Fahrzeugen sowie per Kühlspeditionen.

Rhöner Biosphären-Schinken

Ein kollegiales Miteinander gilt für die Metzgerfamilie nicht nur für Kunden, Beschäftigte und Lieferanten. Das beste Beispiel: der 2022 vorgestellte luftgetrocknete Rhöner Biosphären-Schinken, der gemeinsam mit Metzgerkollegen aus Hessen, Thüringen und Bayern entstand. „Die Idee dazu wurde 2021 auf dem ‚Rhöner Destillations- und Schinkenmarkt‘ in Rasdorf geboren. Unter dem Siegel der Dachmarke Rhön bieten nun mehrere Metzgereien diese Spezialität aus dem Biosphärenreservat an“, erklärt Dr. Silvia Kleinhenz.

Charakteristisch für den Schinken sind der einheitliche Bezug der Rohware, die einheitliche Würzung mit Naturgewürzen nach geschützter Rezeptur und die einheitliche Reifedauer von mindestens fünf Monaten. Mit im Boot sind etwa die Metzgereien Meissmer (Eiterfeld), Wenzel (Urnshausen), Budenz (Rasdorf), Koob (Brendlorenzen) und Leist (Hilders). „Weitere haben Interesse“, sagt sie. Erste Kostproben präsentierte Richard Kleinhenz auf dem Sommerfest 2022 auf Schloss Fasanerie in Eichenzell. Offizieller Anschnitt war am „Rhöner Wurstmarkt“ im Oktober. „Auch im Paul-Löbe-Haus des Bundestags in Berlin und auf dem ‚Hoffest zum Advent‘ im Innenhof des bayerischen Landwirtschaftsministeriums kam der Schinken sehr gut an“, ergänzt sie. **mth** www.landmetzgerei-kleinhenz.de

Profi-Partner

- **Aufschnittsmaschinen:** Bizerba
- **Cliptechnik:** Poly-clip System
- **Füller:** Düker Rex
- **Gewürze:** Lay Gewürze, Beck Gewürze und Additive, AVO-Werke, Frutarom Savory Solutions, Moguntia
- **Kutter:** K+G Wetter
- **Speckschneider:** Holac
- **Verpackungstechnik – Tiefzieher:** Variovac
- **Wolf:** K+G Wetter

Konzept

LANDMETZGEREI KLEINHENZ – OBERLEICHTERSBACH

1988 gegründete Landmetzgerei im Landkreis Bad Kissingen mit kleinem Laden; Bio- und konventionelle Produkte; Schwerpunkte: Großhandel, Gastronomie und regionale Direktvermarkter sowie Rhöner Spezialitäten, z. B. Rhöner Biosphären-Schinken (Bild u. re.). Mitglied von Bioland, Naturland und Demeter; Gründungsmitglied „Rhöner Wurstmarkt“, Ostheim vor der Rhön.

Erfolgsfaktoren

- Sehr vielfältiges Angebot
- Hohe Flexibilität bezüglich der Kundenwünsche
- 100 % eigene Herstellung (bio und konventionell)
- Glaubwürdige Regionalität (u.a. Netzwerk Dachmarke Rhön)
- Gewachsene Kunden- und Vertriebsstrukturen, kollegialer Umgang





„Nice to meat you“

Die Hofmetzgerei Franz Ottillinger im Landkreis Aichach-Friedberg holt mehr raus aus dem Tier – dank dem gezielten Einsatz technischer Lösungen in der Verarbeitung und Veredelung.

W er es ernst meint mit Nachhaltigkeit und Zukunftssicherheit, tut gut daran, geschlachtete Tiere mit maximaler Wertschöpfung zu verarbeiten. Das bedeutet, mehr Muskelfleisch zu hochwertigen Teilstücken zu verarbeiten und weniger zu Hackfleisch zu wölfen. Auch die Familie Ottillinger aus Pöttmes partizipiert erfolgreich am Grillboom der „New Cuts“ sowie am Interesse an Kurzgebratenem. Damit sich Produkte effizient herstellen lassen und optisch appetitlich in Szene gesetzt werden, setzt sie u. a. Entvieser von Weber Maschinenbau ein.

„Franz, ich will ein Rind von dir!“ Beim Blick auf ein Plakat im Flur wird klar, wie sie in puncto Imagewerbung für den 1842 gegründeten Handwerksbetrieb so ticken. Sich selbst nicht so ernst nehmen, aber dennoch handwerklich exzellent unterwegs sein, stets die Regionalität und das Tierwohl im Fokus haben sowie hervorragende Produkte produzieren,

die den Zeitgeist treffen und richtig lecker sind. Hinter alldem stehen Carolin und Maria-Theresa Ottillinger, die den Betrieb in fünfter Generation führen. Sie sind die Töchter jenes Franz, der noch im Betrieb mitarbeitet, die unternehmerische Ausrichtung aber in jüngere Hände abgegeben hat.

Auf den ersten Blick sieht und merkt man, was für ein gutes und eingespieltes Team die Schwestern sind. Acht Filialen managen sie gemeinsam. Carolin betreut alle Personalangelegenheiten, Maria-Theresa kümmert sich um die Büroarbeit. Grundsätzlich gilt: Die ganze Familie nimmt sich der täglichen Aufgaben an. Ob Partyservice, Schlachten, Bedienen – überall mitzuwirken ist für sie selbstverständlich. Generationswechsel bzw. Unternehmensnachfolge haben funktioniert. Und so heißt es etwa auf einem Werbeflyer mit Grillspezialitäten und New Cuts augenzwinkernd: „Nice to meat you“. „Wir passen uns der Zeit an“, sagt

Carolin Ottillinger und blickt zurück auf die Jahrtausendwende, als Vater Franz mit regionalen Landwirten langfristige Verträge schloss und so den Weg ebnete für faire, regionale Erzeugerketten und tiergerechte Haltung. Hofeigenes Futter ohne Gentechnik, möglichst antibiotikafreie Aufzucht, Haltung auf Stroh – nur drei Aspekte, die bei ihren Vertragslandwirten dank festgelegter Aufzucht-, Fütterungs- und Haltungskriterien für mehr Tierwohl sorgen. das lohnt sich für die Landwirte, da entsprechende preisliche Zuschläge fixiert sind – unabhängig vom tagesaktuellen Fleischpreis.

Selbst schlachten

Fixpunkt der regionalen Lieferkette ist der eigene Schlachtbetrieb am Hauptsitz. Pro Woche schlachtet die Metzgerei im Schnitt 100 Schweine und 15 mal Großvieh. Die komplette Wertschöpfung vom Schlachten über das Zerlegen bis hin zur Weiterverarbeitung schafft eine

Konzept

HOFMETZGEREI OTTILLINGER – PÖTTMES

Von zwei Schwestern in fünfter Generation geführter Familienbetrieb im schwäbischen Landkreis Aichach-Friedberg mit acht Filialen, davon zwei in Augsburg.

Erfolgsfaktoren

- Eigene Schlachtung
- Langjährige faire Verträge mit regionalen Landwirten
- Maschinenteknik auf dem neuesten Stand halten
- Kaum Fluktuation der Beschäftigten
- Gelungene Unternehmensnachfolge



Carolin und Maria-Theresa Ottillinger sind ein eingespieltes Team und führen die Hofmetzgerei in fünfter Generation. Acht Filialen managen sie gemeinsam – hohe Fleischqualität ist hier ein Muss.



Basis, um flexibel auf veränderte Kundenwünsche reagieren zu können, Trends zu begleiten oder neue Produktideen auszuprobieren. „Bei der Veredelung unserer Cuts hilft uns der Entvliester von Weber enorm. Die Fleischstücke müssen gut ausschauen, um in unseren Ladentheken eine gute Figur zu machen und dann perfekt präpariert auf den Grill unserer Kunden zu kommen“, erklärt Betriebswirtin und Fleischsommeliere Carolin Ottillinger. Ziel ist es, Schweine und Rinder komplett zu verarbeiten – mit möglichst hoher Wertschöpfung.

Der Weber-Entvliester nimmt bei der Berechnung des Deckungsbeitrags eine Schlüsselrolle ein. So landen weniger Abschnitte in Wurst oder Hackfleisch und werden stattdessen zu besonderen Teilstücken verarbeitet, für die ein teilweise vielfach höherer Verkaufspreis erzielt werden kann. Gerade in der Grillsaison lässt sich so der Bedarf mit wenig Zukaufware abdecken.

Faszien sauber entfernen

Der Blick in mittelständische Fleischereien zeigt, wie wichtig es ist, Maschinen exakt auf deren Bedürfnisse abzustimmen und bei der Produktentwicklung das Ohr im Handwerk zu haben. Der Weber-Entvliester AMS 533 ist darauf ausgelegt, die Produktivität bei der Fleischverarbeitung zu steigern. Er ist leicht und sicher zu bedienen, braucht wenig Platz im Zerlegebereich und lässt sich gut reinigen. Diese Eigenschaften ermöglichen es, die Faszien auf den Muskelstücken schnell und präzise zu entfernen. Selbst mit viel Übung dauert das Parieren mit dem Messer lang und führt zu Verschnitt. „Nach der Bearbeitung der Fleisch-

stücke auf der Maschine sehen sie aus wie gemalt“, freut sich Carolin Ottillinger. „Das sind tolle Bearbeitungsergebnisse – fürs Auge und die Wertschöpfung.“ Mit dieser Optik punktet der Betrieb auch im eigenen Haus. „Unser Verkauf will Waren anbieten, die lecker aussehen sowie topfrisch und nachhaltig produziert sind“, so Maria-Theresa Ottillinger. Dass das funktioniert, beweist die Begeisterung des Verkaufsteams der Metzgerei.

Und so gibt es etwa die „New cuts on the block“: Fledermaus-Steaks vom Schlossknochen des Schweins, zart marmoriertes Cuscino aus dem Schulterblatt oder Tri-Tip Steak als feinfaseriges Teilstück aus der Keule. „Beim

Rind können wir uns im Sommer vor dem Wunsch nach Flat Iron kaum retten“, schildert Carolin Ottillinger. „Wenn wir pro Woche 15 Rinder schlachten, sind das 60 Flat Iron – die sind schnell weg.“ Oder Flanksteak, das seine anatomische Heimat im Bauchmuskel hat, während Flat Iron die flache Rinderschulter ohne Mittelsehne ist. Auch bei Klassikern wie Entrecote oder T-Bone ist schnell Schluss mit der Verfügbarkeit. Die Hofmetzgerei informiert daher mit Prospekten und persönlicher Beratung über schmackhafte Alternativen – etwa Hanging Tender oder Skirt Steak.

Rechtzeitig investieren

Diese Varianz ist nur möglich, weil der Betrieb seit jeher auf erstklassige Maschinen für die Bearbeitung setzt und Investitionen frühzeitig einplant. „Wir hatten das Glück, dass unsere Eltern den Laden schon immer auf Vordermann gehalten und auf Modernität in allen Belangen geachtet haben“, sind sich die Geschwister einig. Diese Tatsache ist letztlich auch die Grundlage dafür, motiviertes und gut ausgebildetes Personal zu finden. Denn die Arbeit in einem modernen Betrieb mit leistungsstarker und sicherer Technik ist einfach attraktiv. Die Fluktuation sei gering.

Beim Maschinenpark sieht das anders aus: Der erste Weber-Entvliester ging in Rente und wurde von einem neuen Modell ersetzt. Bald kommt ein neuer Füller, der alte ist gerade mal sechs Jahre alt. Die ganze Familie investiert gerne und kontinuierlich – in Mensch, Tier und Technik.

www.weberweb.com, www.ottillinger.de



Nach der Bearbeitung der Fleischstücke auf der Maschine „sehen sie aus wie gemalt“ – und die Wertschöpfung ist höher als zuvor.

Gespür für die Wurst

Funktioniert Handwerkskunst in einer Fleischerei auch mit Industriemaschinen?

Hans und Niklas Lowis von der Metzgerei Lowis sagen: Ja.



Unerwünschte Hartanteile wie Knochensplitter, Knorpel und Sehnen werden während des Wolfens zuverlässig aussortiert und seitlich ausgeworfen. Der Arbeitsbereich vor der Maschine bleibt frei und ist immer gut zugänglich.

Metzgermeister Hans Lowis und sein Sohn Niklas produzieren im ländlichen Teil der Städteregion Aachen mit elf Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern Leberwurst, Schinkenwurst und weitere Spezialitäten wie in der ersten, 1955 gegründeten Filiale – nun aber unterstützt von Maschinen, die auch in Industriebetrieben im Einsatz sind.

Vakuum-Kutter und Winkelwolf kommen von K+G Wetter aus Biedenkopf. Beide Betriebe verbindet eine lange gemeinsame Geschichte. Hans Lowis übernahm den Betrieb 1988 von den Eltern und zählte zu den ersten Kunden des 1990 gegründeten Fleischereimaschinen-Herstellers K+G Wetter. „Gestartet sind wir mit einem 65-l-Kutter und einem 130-mm-Winkelwolf“, erzählt Hans Lowis, der die Metzgerei nun an seinen Sohn übergeben hat. „Der Kutter war 17 Jahre lang im Einsatz. Dann ging es weiter mit 120, 200 und jetzt 360 Liter.“

Seit Mai 2022 verrichten der Kutter VCM360 Hygienic Secure und der Misch-Winkelwolf MWW 160 ihren Dienst hier. Die Familie Lowis hat in einem Gewerbegebiet neu gebaut, Hightech hinter moderner Holzfassade. Die Maschinen stehen im neuen Betriebsgebäude. Im späten Herbst 2022 wurden morgens früh schon mehrere Chargen der Weihnachts-Leberwurst gekuttert – eine feine Sorte mit Sahne und speziellen Zutaten nach Familienrezept. „Leberwurst ist unser Umsatzrenner“, sagt Niklas Lowis, der die Produkte in zwei regionalen Läden verkauft, mit einem Großhandelspartner bundesweit in den Lebensmittel Einzelhandel sowie den Benelux-Raum.

Optimiertes Kochsystem

Beim Leberwurst-Brät spielt das optimierte Kochsystem der Kutter seine Stärken aus. Die Kutterschüssel ist doppelwandig und ein komplett geschlossenes System. „Das Brät setzt weniger stark an und karamellisiert auch weniger in der Schüssel. Unsere Leberwurst ist so nochmal besser geworden. Früher waren Zwischenreinigungen aufgrund von Anhaftungen



Der VCM 360 „Hygienic Secure“ ist komfortabel zu bedienen und spart Zeit und Energie bei Verarbeitung und Reinigung. Die Konstruktion des Kutters erlaubt eine optimale Ausnutzung des Schüsselvolumens – für große Chargen, ohne Verluste durch Überlaufen.

an der Kochschüssel nach etwa zehn Chargen üblich. Heute bleibt nach dem Auswerfen kaum etwas im Kutter zurück. Das liegt an der doppelwandigen Schüssel. Früher wurde die Schüssel über Dampfdufen viel punktueller aufgeheizt. Nun verteilt sich der Dampf gleichmäßig im Zwischenraum“, erklärt Hans Lowis. „Dazu kommt die Konstruktion der Maschine. Durch den Maschinenständer aus Gusseisen haben wir extrem wenig Schwingungen und können mit dem Messer ganz dicht an die Schüssel gehen“, ergänzt Heiko Schneider, Gebietsverkaufsleiter bei K+G Wetter. „Ich weiß aus Kundengesprächen, dass Anbrennen ein größeres Problem ist, wenn der Abstand da größer ist. Das sind Sachen, die man nicht auf den ersten Blick mit Produktqualität in Verbindung bringt, aber die sich massiv auswirken“, ergänzt er.

Sparsamer Umgang mit Energie

Heizte sich früher der komplette Kesselraum beim Kochen auf, ist es nun nur noch der kleine Zwischenraum der Kutterschüssel-Wände – das spart Zeit und Energie. Zum Thema Energie hat Niklas Lowis Zahlen parat: „Die Maschine hat die anderthalbfache Kapazität im Vergleich zum VCM 200, aber die Strom-Spitzenlast hat sich sogar reduziert. Zählt man dazu, dass wir in der 360-l-Schüssel sogar schon 400 kg Mettwurstbrät herstellen konnten, ohne dass etwas überläuft, wird der sparsame Umgang der Maschine mit kostbaren Energieressourcen nochmal deutlicher.“ „Das ist nur durch den erhöhten Schüsselrand und die besondere

Konzept

METZGEREI LOWIS – BAESWEILER-SETTERICH

1955 gegründete und in dritter Generation geführte Metzgerei mit Stammhaus und einer Filiale in der Städteregion Aachen. Vertrieb der Fleisch- und Wurstwaren auch über einen Großhandelspartner in den LEH und in die Benelux-Staaten.

Erfolgsfaktoren

- Traditionelle Rezepturen
- Ehrliche Handwerkskunst
- Regionaler Bezug der Tiere
- Einsatz effizienter Produktionstechnik – stets auf dem neuesten Stand
- Mehrere Standbeine im Vertrieb

Geometrie der Schüssel möglich“, erläutert Heiko Schneider. Auch für kleinere Spezialchargen setzt Niklas Lowis den VCM 360 gelegentlich ein. „Ich mache in dem Kutter auch 40 kg Bratenfüllung.“ Die Anschaffung eines weiteren kleinen Kutters war so nicht nötig.

Im hellen und luftigen Produktionsraum reinigt Lowis-Mitarbeiter Moris Porkert den Kutter für die nächste Charge. Rheinische Schinkenwurst steht auf dem Plan. Durch die Innovationen der Hygienic-Secure-Baureihe brauchen die Mitarbeiter für die hygienische Reinigung des Kutters deutlich weniger Zeit. „Von Hygienic Secure bin ich überzeugt“, sagt Niklas Lowis. „Auf dem Schirm hatte ich das beim Kauf erst nicht, aber das ist phänomenal

einfach zu reinigen und richtig gut – etwa dadurch, dass man die Messerdeckelstreifen rausnehmen kann. Bei der Reinigung bringt uns das jedes Mal 20 % Zeitersparnis.“

Das Fleisch für die Schinkenwurst nimmt zunächst den Weg über den Misch-Winkelwolf MWW 160, der zeitgleich mit dem Kutter bei Lowis eingezogen ist. „Der MWW 130, den wir vorher hatten, war für unsere gestiegenen Anforderungen etwas schwach auf der Brust geworden“, berichtet Hans Lowis. Besonderen Wert legte er auf das Feature Easy Access. „Unverzichtbar war für uns beim Neukauf die Konstruktion mit der Tür im Wolftrichter. Es gibt keinen anderen Wolf, wo man so einfach drankommt.“ Trotz Industriegröße, so die Erfahrung, können alle Mitarbeiter die Maschine einwandfrei bedienen und Mischpaddel sowie Fleischschnecke bei der Reinigung einfach, schnell und mühelos aus- und einbauen.

Angefrorenes zerkleinern

Im Wolf produziert die Metzgerei natürlich Hackfleisch. „Das Schnittbild ist nochmal klarer geworden“, freut sich Niklas Lowis, „bei uns kommt nichts in den Kutter, was nicht vorher gewolft wurde“. Grund ist die Sortiereinrichtung, die unerwünschte Bestandteile im Fleisch, etwa Sehnen oder Knochensplitter, sicher entfernt. Auch vom seitlichen Auswurf des aussortierten Materials ist man überzeugt: „Da ist nichts im Weg am Schneidsatzgehäuse und es lässt sich einfach und schnell reinigen.“ Dank der Stick-Mischwelle verarbeitet die Metzgerei im MWW 160 auch angefrorenes



Material: „Unser Tiefkühlhaus läuft auf -4°C. Da kommen also leicht gefrorene Blöcke raus; die kriegen wir mit der speziellen Mischwelle einwandfrei zerkleinert und gewolft“, berichtet Niklas Lowis weiter. Auch in Sachen Hygiene bringt der MWW160 durchdachte Lösungen mit – etwa die Spülkammer, mit der der Bereich hinter den Dichtungen von Fleischschnecke, Zubringerschnecke und Mischpaddel einfach von außen durchgespült werden kann. Selbst wenn hier durch den Druck beim Wolfen winzige Partikel die Dichtungen überwinden, können sie sich nicht ablagern und Keimen einen Nährboden liefern. Auch das Demontieren von Schnecken und Mischwellen zur Reinigung ist durch Easy Access und der mit einem Handgriff zu lösenden Befestigungen einfach.

Echte Handwerkskunst

Neben an öffnet Niklas Lowis den Lärmschutzdeckel des VCM 360. Durch die hydraulische Beladung wird das zuvor gewolft Fleisch präzise in die Kutterschüssel gefüllt. Nach und nach kommen weitere Zutaten dazu – Gewürze, Salz, Eis, Fleisch. Niklas Lowis startet jeden Arbeitsschritt per Hand. „Zwo-Vier?“ ruft er seinem Vater zu – es geht um die richtige Drehzahl beim nächsten Produktionsschritt. Der Senior signalisiert Zustimmung – er hat alle Rezepte mit Mengen, Zutaten und Arbeitsabläufen im Kopf. So ist die Würstherstellung auch mit dem großen Kutter noch echte Handwerkskunst.

Nach wenigen Minuten ist das Brät fertig und Niklas Lowis wirft es mit dem Auswerfer in die bereitstehenden Fleischwagen aus. Vor einigen Monaten wäre der Kutter jetzt noch mitten in der Produktion gewesen, nun ist er

Hans Lowis (li.) und sein Sohn Niklas führen die Traditionsmetzgerei aus der Städteregion Aachen in zweiter und dritter Generation.



Gegründet wurde die Metzgerei Lowis 1955. Im Neubau entstehen hinter der modernen Holzfassade handwerkliche Spezialitäten aus High-Tech-Maschinen.

bereits fertig für die nächste Charge. „Die Zeitersparnis beträgt nach unseren Erfahrungen um die 40 %. Waren das früher zehn Minuten, sind es jetzt noch sechs – das ist wirtschaftlich betrachtet ein wahnsinniger Gewinn.“ Ein weiterer Vorteil: „Wie viele Unternehmen leiden auch wir an Personalmangel. Daher suchen wir nach jeder Möglichkeit, Arbeitszeit zu sparen, bei gleicher oder besserer Qualität“, erklärt Niklas Lowis.

Zeit spart der Betrieb nicht etwa durch höhere Drehzahlen: „Das geht auf den Stromverbrauch, auf die Lager, das hat keinen Vorteil“, weiß Hans Lowis aus Erfahrung. Der Metzgermeister setzt hingegen auf sorgfältige Vorbereitung, etwa das vorherige Wolfen, und handwerkliche Kunstgriffe wie den richtigen Zeitpunkt der Salzzugabe. Die fertige Schinkenwurst beschreibt er so: „Sie hat eine handwerkliche Struktur. Natürlich könnten wir das Brät absolut fein und gleichmäßig kuttern, aber dann hätte sie einen anderen Biss. So wie wir das machen – eher langsam und länger kuttern statt schnell und mit höchster Drehzahl – hat sie auch im Industriekutter eine Struktur wie vom Metzger. Das merkt man beim Verzehr deutlich.“

Eine Sonderfunktion, die das K+G Wetter-Team nach den Wünschen der Metzgerei programmiert hat, ist das maßgeschneiderte Bedienfeld für Funktionen, die der Betrieb täg-

lich braucht. Zum Beispiel sind alle neun Tasten für die Messergeschwindigkeit doppelt belegt: maximal zweimal tippen muss Niklas Lowis, um die jeweils perfekte Drehzahl einzustellen. Ähnlich ist es bei den Touch-Feldern für Vakuum, Temperatur oder Schüssel-Rundzahl.

Auf Augenhöhe

Damit die Maschine in perfektem Zustand bleibt, ist der Kundendienst im Hintergrund ein wichtiges Thema. Hans Lowis ist begeistert: „K+G Wetter ist so familiär aufgestellt wie wir. Da hat man einen direkten Draht zur Geschäftsleitung und landet nicht in einem Callcenter, wenn es ein Problem zu lösen gibt. Die Mitarbeiter vom Kundendienst sind unschlagbar. Da wird immer direkt nach einer Lösung gesucht. Das ist mit Geld kaum zu bezahlen.“

Nach der Fertigstellung der Brühwurst-Charge geht Hans Lowis mit Heiko Schneider noch zur Maschine und spricht mit ihm über Ideen, so wie er es schon immer während der langjährigen Zusammenarbeit gemacht hat. „Anregungen aus der Praxis nehmen wir gerne auf und geben sie an unsere Konstruktion weiter“, sagt Heiko Schneider. Es geht um Details: „Der VCM360 ist aus meiner Sicht aktuell die absolut perfekte Maschine“, ist Hans Lowis überzeugt.

www.kgwetter.de, www.metzgerei-lowis.de

HACCP-Kontrolle via App

Seit dem Sommer 2022 nutzt Fleischermeister Dirk Ludwig die HACCP-App in seinem Betrieb. Im Interview spricht er über seine Erfahrungen damit.

Fleischereien können ihre HACCP-Eigendokumentation, basierend auf der EU-Verordnung 852/2004, papierlos mit der vor gut einem Jahr eingeführten HACCP-App umsetzen. Sie ist ein Gemeinschaftsprojekt der B&L MedienGesellschaft, dem Landesinnungsverband für das bayerische Fleischerhandwerk und der Fleischerschule Augsburg. Dort absolvierte Dirk Ludwig als einer der ersten Teilnehmer 2016 die Weiterbildung zum Fleischsommelier und war mehrfach als Dozent tätig.

Herr Ludwig, seit wann genau ist die App bei Ihnen im Einsatz?

Ich habe auf der Messe IFFA in Frankfurt im vergangenen Jahr von der App erfahren und die Software seit Juni 2022 im Einsatz.

Welche Anforderungen haben Sie allgemein an digitale Tools, die den Betriebsalltag erleichtern sollen?

Wir haben zahlreiche Prozesse im Unternehmen digitalisiert. Die digitalen Tools müssen leicht zu bedienen und einfach zu verstehen sein. Grundsätzlich ermöglicht die Digitalisierung der Prozesse eine optimierte Strukturierung und ein einfacheres Handling gegenüber analogen Prozessen. Außerdem vereinfachen digitale Lösungen vielfach das Suchen nach Informationen.

Wie und in welchen Bereichen des Betriebes ist die HACCP-App genau im Einsatz?

Wir haben die HACCP-App im Laden und in der Produktion im Einsatz. Eine typische Verwendung ist die Reinigungs- und Desinfektionskontrolle. Wir nutzen die HACCP-App jedoch auch dazu, Checklisten selbst zu erstellen.

Welche Erfahrungen haben Sie damit gemacht? Was ist heute einfacher als zuvor?

Es musste alles erst anlaufen und die Mitarbeitenden mussten sich erst an die Funktionen der App gewöhnen. Aber nun läuft alles sehr sauber. Ich erhalte aus den Teams z. B. ständig Rückmeldung, welche Kontrollpunkte aus der App entfernt werden können und welche neu hinzugefügt werden sollen. Praktisch ist auch das tägliche Feedback per E-mail, die aufzeigt welche offenen Punkte heute noch unerledigt geblieben sind. Damit kann man sofort korrigierend eingreifen. Was mir auch gefällt ist, dass ich einzelne Aufgaben in andere Sprachen übersetzen konnte, um es unseren ausländischen Mitarbeitenden



einfacher zu machen, die App in ihrem speziellen Arbeitsbereich zu nutzen.

Gab bzw. gibt es Unterstützung von B&L-Seite her?

Die Unterstützung von B&L ist am Anfang sehr intensiv. Was auffällt ist, dass die App ständig erweitert und optimiert wird. Man merkt, dass die Kinderkrankheiten Stück für Stück verbessert wurden. Die Entwicklungsschritte sind schon sehr auffällig und ein Lob wert.

Würden Sie die App anderen Metzgerkollegen weiterempfehlen?

Ich würde die HACCP-App auf jeden Fall den Kollegen weiterempfehlen. Die Kosten sind überschaubar, das System verbessert sich und mir verschafft es so viel einfacher eine Übersicht über die Gesamtsituation.

Vielen Dank für das Gespräch!

www.der-ludwig.de

Die HACCP-App

Das zeitraubende Ausfüllen von Formularen ist Geschichte. Die HACCP-App vereinfacht die tägliche Dokumentation der Hygienevorgaben signifikant – inkl. Rückverfolgbarkeit. Infos unter Tel.: (02103)-204-0 oder per Mail an: diehaccpapp@blmedien.de, <https://diehaccpapp.de/>



Harald Hohl und Local to go-Gründerin Stefanie Fischer



Thomas Wölfel von der Feinkost-Metzgerei & Partyservice Wölfel



Martas Metzgerei, Darmstadt

Welcome to Mehrweg

Seit dem 1. Januar 2023 gilt die Pflicht, Speisen zum Mitnehmen zusätzlich zu Einwegbehältnissen auch in einer Mehrweg-Alternative anzubieten.

Die Mehrwegvariante darf nicht zu einem höheren Preis oder zu schlechteren Bedingungen angeboten werden. Mehrwegbehälter können über ein Pfand- oder Poolsystem ausgegeben werden. Wer auf Mehrweg anstatt Einweg setzt, kann Beschaffungs- und Entsorgungskosten senken, Abfälle vermeiden, Rohstoffe sparen und die Umwelt entlasten. Durch ein Mehrwegsystem lassen sich zudem neue, ökologisch bewusste Kunden gewinnen und bestehende stärker ans Unternehmen binden. Ein einwandfrei laufendes Mehrwegsystem benötigt zudem die richtige Spültechnik. Dafür sorgen eine professionelle Spülmaschine und das passende Reinigungsmittel, z. B. von Meiko.

Das Gesetz gilt für alle Betriebe, die To-go-Getränke und Take-away-Speisen anbieten und folgende Kriterien erfüllen: Große Betriebe mit fünf oder mehr Angestellten und einer Fläche von 80 oder mehr Quadratmetern müssen Mehrwegverpackungen anbieten. Auch kleine Filialen, z. B. an Bahnhöfen, sind dann in der Pflicht. Denn: Es zählt die Anzahl der Angestellten des gesamten Unternehmens und diese übersteigt in der Regel fünf Beschäftigte. Ausgenommen sind kleine Betriebe mit Take-away-Angebot und weniger als fünf Beschäftigten, deren Verkaufsfläche kleiner als

80 m² ist. Wer sich nicht an das Gesetz hält, muss mit Bußgeldern in Höhe von bis zu 100.000 Euro rechnen.

Überregionale Poolsysteme

Die Kunden registrieren sich online und laden sich die App eines Mehrweganbieters herunter. Es gibt Systeme mit und ohne Pfand. Bei teilnehmenden Betrieben erwerben die Kunden Speisen und Getränke im Mehrweggeschirr, das sie später (z. B. innerhalb von zwei Wochen) bei einem anderen teilnehmenden Partnerbetrieb des Systems zurückgeben. Nachfolgend berichten einige Metzgereien über ihre Erfahrungen damit:

Feinkost-Metzgerei & Partyservice

Wölfel, Schwarzenbach/Saale:

Neben den Metzgereien Max und Strobel, zählt im Landkreis Hof auch die Feinkost-Metzgerei & Partyservice Wölfel aus Schwarzenbach/Saale zu den Pionieren in Sachen Mehrwegsystem beim Essen to-go. „Wir wollten einfach von den Einwegschalen wegkommen und haben uns vor etwa zwei Jahren für das pfandfreie System von *Vytal* entschieden“, berichtet Metzgermeister Thomas Wölfel, der im Januar auch im BR-Fernsehen darüber berichtete. Die seit 1899 bestehende Familienmetzgerei wird von seinem Vater Peter geführt. Thomas

„Wir haben in zwei Jahren 6.150 Mehrwegschalen eingesetzt und so eine komplette Euronorm-Palette mit Einwegplastikschalen eingespart.“

Thomas Wölfel

Wölfel ist seit 2018 Meister und wäre Generation Nr. 5. „Wir leihen die Behältnisse durch das Einscannen der angebrachten QR-Codes bei *Vytal* aus und zahlen zwischen 10 und 20 ct pro Befüllung. Auch ein Ausleihen durch den Kunden ist mittlerweile möglich. Über eine Verwaltungsapp sehen wir jederzeit, wieviele Behältnisse gerade ausgeliehen sind und auch unseren Vorratsbestand“, berichtet er.

Im Einsatz sind hier Schalen und Bowls aus recyclebarem Polypropylen verschiedener Größen (500, 750 und 1.250 ml), die Burger-Box und die unterteilte Menübox für zwei Komponenten (1.000 ml). Egal ob Chili con carne, Krenfleisch mit Kloß, Eintöpfe

oder Obstsalat – etwa 15 bis 20 Stammkunden täglich, davon zwei Drittel Senioren, die mit den mit-täglichen Speisen beliefert werden, sowie die Kunden an der Hei-ßen Theke tragen so zu mehr Nachhaltigkeit in Oberfranken bei.

Seit einigen Wochen können Kunden auch vorbestellte Wurst-waren in Abholfachern eines Verkaufscontainers der Vereinigung regionaler Produzenten „Regio-Markt Genussladen“ in Weißdorf abholen. Die dort bestellten Wurstwaren kommen in einer butter-dosen-ähnlichen Sushi-Verpackung des Systems mit transparentem Deckel, Fassungsvermögen bis zu 500 g, in die Abholbox. „Wir ha-



DIE FLEISCHER APP

Vorbestellen und noch mehr mit der neuen App für Fleischereien.



- + Vorbestellen! + Angebote & Mittagstisch + Push Funktion + Digitale Kundenkarte +
- + Rezepte + inkl. Drucker für Bestelleingänge +

Alle Infos gibt es auf www.diefleischerapp.de



ben in den zwei Jahren 6.150 Mehrwegschalen eingesetzt und so eine komplette Euronorm-Palette mit Einwegplastikschalen eingespart, von denen eine zwischen 20 und 25 ct kostet“, betont Thomas Wölfel. In der Stadt und im Landkreis Hof forciert der Abfallzweckverband die Verbreitung von Mehrwegsystemen für To-go Speisen. Gerne gibt der Metzgermeister seine Erfahrungen mit dem Vytal-System auch im Rahmen von Info-Veranstaltungen weiter, damit sich in dieser Region noch mehr Betriebe anschließen und nachhaltiger handeln als bisher.



Diese Behältnisse von Vytal nutzt die Metzgerei Wölfel im Landkreis Hof.

Metzgerei Hohl, Obersulm

Seit Ende 2021 nutzt die Metzgerei Hohl die Mehrwegbehältnisse von Local to go. Gerne verwendet Metzgermeister Harald Hohl die rechteckige Menüschale für seinen Mittagstisch. Die große runde Schale ist zudem für das Verpacken von Wurstaufschnitt und Fleisch im Einsatz. „Für den Transport der Mittagsgерichte ist es von großem Vorteil, „dass die Behältnisse auslaufsicher sind“, so der Obermeister der Fleischer-Innung Heilbronn-Hohenlohe-Schwäbisch Hall.

Das Familienunternehmen Local to go aus Baden Württemberg unterstützt mit seinem Mehrweggeschirr im Pfandsystem seit zwei Jahren Metzgereien, Restaurants und Bäckereien bei der Umstellung auf Mehrweg. Bisher nehmen 110 Betriebe aus ganz Deutschland am System teil, darunter ein Drittel Partnerbetriebe aus der Fleischerbranche. Das Mehrwegangebot beinhaltet vier verschiedene Schalen und ebensoviele Becher. Dem Unternehmen ist es wichtig, hochwertige und vielseitig einsetzbare Produkte anzubieten, die in Deutschland hergestellt werden. Laut Geschäftsführerin und Gründerin Stefanie Fischer ist bei Metzgereien besonders die rechteckige Menüschale mit Trennsteg beliebt. Darin kann dem Kunden etwa das Fleisch/Hauptgericht von den Beilagen getrennt in einem Behältnis mitgegeben werden, ohne dass sich unterwegs etwas vermischt. Auch der transparente Becher mit verschließbarem Deckel sei sehr beliebt. Darin werden gerne Salate und Aufstriche verpackt. „Der enge Kontakt und das Feedback der Partnerbetriebe sind uns sehr wichtig“, betont sie. Aufgrund dessen wurde eine neue, rechteckige Menüschale mit transparenten Deckel eingeführt, die noch platzsparender gestapelt werden kann.

Das Mehrweggeschirr wird auf Pfandbasis an die Kunden des Partnerbetriebs verliehen. „Dadurch ist das Mehrwegsystem für alle einfach nutzbar und wenig erklärungsbedürftig“, ergänzt sie. Seit September 2022 ist Local to go exklusiver Partner des Deutschen

Fleischer-Verbandes und seit kurzem auch Partner des Fleischerverbands Bayern. Innungsbetriebe können so vergünstigt an dem Mehrwegsystem teilnehmen.

Martas Metzgerei, Darmstadt

Das Mehrwegsystem des Göttinger Start-ups FairCup und der Darmstädter HEAG bekam Marta Balek von einem ihrer Stammkunden empfohlen. Die Metzgerei in der Heimstättensiedlung im Westen von Darmstadt übernahm die Fleischer-Fachverkäuferin im März 2018 von ihrem ehemaligen Chef. Fleisch und Wurst bekommt sie von der Metzgerei Feldmann aus Pfungstadt. Seit dem 1. Dezember 2021 ist die Metzgerei Systempartner von FairCup (über 3.500 Akzeptanzstellen bundesweit). Marta Balek hat acht Beschäftigte, für die das Mehrwegsystem längst ebenso zum Alltag gehört wie für die Kunden, die es täglich nutzen.

Etwa 20 bis 25 Mittagessen aus der Heißen Theke werden pro Tag nicht wie zuvor in Styropor-Boxen mit Folie versiegelt ausgegeben,



Das Sortiment von Local to go im Überblick.

sondern in den zu 100 % recycelbaren und bis zu 1.000 mal wiederverwendbaren Schalen, Boxen und Bechern. „Wir leihen die Behälter aus, die Kunden zahlen einmalig ein Pfand pro Becher oder Schale. Viele Stammkunden, darunter viele Senioren, aber auch Familien, bekommen ihr Essen darin, bringen die Behälter zurück und wir reinigen sie professionell“, berichtet sie. Etwa 250 Mehrwegprodukte sind laut FairCup hier kontinuierlich im Umlauf. Die Rückgabequote ist hoch, Schwund bzw. Defekte seien gering. Mittagsgерichte wie Schnitzel mit Wirsing und Salzkartoffeln oder gefüllte Zucchini mit Feta, Reis und Dip werden in den 5 cm hohen, zwei- oder dreigeteilten FairMax-Menüschalen ausgegeben, Wurst- und Feinkostsalate, Obstsalat oder Frischkäse in den FairCup-Bechern (0,1 l, 0,2 l). Eintöpfe und Suppen kommen in die FairBox-Schalen (0,5 l, 1 l), Wurstaufschnitt in die 3 cm flache FairMax-Menüschale. „Bisher sind wir sehr zufrieden mit dem System, haben viel Einwegmaterial eingespart und auch unsere Kunden müssen weniger Müll entsorgen“, resümiert sie. **mth**

Nützliche Links

www.fair-cup.de / www.localtogo.de /
www.martas-metzgerei.de / www.metzgerei-hohl.de /
www.metzgerei-woelfel.de / www.vytal.org



Digitalisiert kuttern

Neben der Arbeitsweise des konventionellen Kutters, lernen die Teilnehmer und Teilnehmerinnen des Meistervorbereitungskurses im BTZ Weiterstadt auch seine digitale Weiterentwicklung kennen.

Das individuelle Rezept einer Wurstspezialität ist das A und O jedes Handwerksbetriebs. Deshalb ist der digitale Kutter mit einer Software ausgerüstet, in der persönliche Rezepturen hinterlegt werden können. So bleiben individuelle Alleinstellungsmerkmale wie Feinheitsgrad, Biss, Geschmack, Farbe und Konsistenz der Wurst erhalten. Das Herstellungsprogramm wird dabei mit einem PC erfasst und via Schnittstelle in den Kutter übertragen. Im Anschluss

können die genauen Daten der Wurstproduktion ausgelesen und dokumentiert werden. „Die Entwicklung und der Einsatz des digitalen Kutters war ein Gemeinschaftsprojekt der Fleischereifachschule Heyne unter dem Dach der HWK Frankfurt-Rhein-Main, dem Fachbuchautor und Dozenten Horst Brauer, dem Gewürzproduzenten Van Hees sowie dem Kutter- und Softwarehersteller K+G Wetter“, sagt Fachzentrumsleiterin Britta Sickenberger-Schwing. So ist das fir-

menspezifische Know-how der Wurstproduktion nicht mehr nur in einer Person vorhanden, sondern im „digitalen Gehirn“ des Kutters abgespeichert und steht allen Bedienern zur Verfügung. Und zwar in Form einer exakten Schritt-für-Schritt-Anleitung inklusive Mengen- und Zeitangaben sowie den Schnittgeschwindigkeiten. Auch in den Praxis-Schulungen werden die Schritte mit zwei Actionkameras als Lernmaterial dokumentiert. www.hwk-rhein-main.de/heyne

Foto: HWK Frankfurt-Rhein-Main

KERRY | Red Arrow®

Prozesszeiten kürzen, Kosten sparen.

CLEAN-LABEL KONFORM

Spezialprodukte zur Lakeanwendung mit intensiver Rauchnote verkürzen den Räucherprozess. Bringen Sie frischen Wind in Ihre Rezeptur und bieten Sie trendgerechte Abwechslung.

- **Natural Mesquite Smoked Maltodextrin**
typisch amerikanische Mesquite-Rauchnote
- **Natural Hardwood Smoked Maltodextrin**
klassisch vollmundige Hartholz-Rauchnote

Kreativität lockt Kunden

Wer mit Sortimentsgestaltung und -inszenierung Neugierde weckt, stellt die Weichen für eine nachhaltige Kundenbindung.



Gehörte das Fleischerfachgeschäft während der Pandemie noch zu den Gewinnern in der Kundengunst, ist das Klima angesichts von Inflation und Rückgang des Fleischkonsums jetzt rauer geworden. Mit welcher Strategie das Handwerk punkten kann, warum Kundenbindung ein starker Hebel ist und welche Rolle kreative Wurstsorten dabei spielen, erläutert der Naturdarm-Experte Hilmar Reiß nachfolgend:

Wie erzielen handwerkliche Betriebe in der aktuellen wirtschaftlichen Situation, in der viele Verbraucher stärker auf preiswerte Wurstprodukte zurückgreifen, eine gute Wertschöpfung?

Die beste Möglichkeit, sich von der Konkurrenz abzuheben und so gute betriebswirtschaftliche Ergebnisse zu erzielen, ist ein abwechslungsreiches und innovatives Sortiment. Der Flexitarismus ist in der Gesellschaft angekommen. Fleisch und Wurst werden seltener gekauft – aber wenn, dann sollte es auch etwas Besonderes sein. Der „Trendreport Ernährung 2023“ nennt dieses Phänomen „Prinzip Sonntagsbraten“. Hier können handwerkliche Betriebe ihre Stärke hervorragend ausspielen.

Ist das mit dem „Sonntagsbraten“ wörtlich zu nehmen?

Nicht wirklich, denn in kaum einem Haushalt kommt die Familie am Sonntag noch zum gemeinsamen Mittagessen zusammen. Aus meiner Sicht liegt das größte Kreativitätspotenzial bei den Wurstrezepturen. Hier sind die Möglichkeiten nahezu unbegrenzt. Denken Sie an die Grillsaison, in der Würste mit ausgefallenen Gewürzen ein Renner sind. Vor allem, wenn sie als „Hausrezept“, „Spezialität der Woche“ oder „Eigene Kreation“ klug vermarktet werden.

Tradition spielt also eine wichtige Rolle?

Eine aktuelle Studie hat belegt, dass bei über 80 % der Fleischesser die geschmacklichen Vorlieben durch das Elternhaus geprägt sind. Es lohnt sich, diese positiven Erinnerungen gezielt zu reaktivieren. Aber damit nicht genug, auch Rezepturen aus längst vergangenen Zeiten haben eine Faszination und erzählen spannende Geschichten. Die Kunst liegt darin, bewährte Rezepturen mit dem

Zur Person



Hilmar Reiß ist Inhaber von Dossier Casing Consulting, einem Mitgliedsunternehmen des deutschen Naturdarmverbandes (ZVN). Er ist Experte für Naturdarm-Spezialitäten und setzt sich mit Leidenschaft für die Bewahrung und Wiederentdeckung traditioneller handwerklicher Wurstrezepturen ein.

aktuellen Zeitgeist in Einklang zu bringen. Und wer könnte das besser, als Fachleute aus dem Fleischerhandwerk?

Sie sind Botschafter für Naturdarm – welche Rolle spielt diese „Verpackung“ bei der Vermarktung von Wurstspezialitäten?

Eine große – gerade bei großkalibrigen Würsten ist die natürliche Hülle mit ihren Dellen und Beulen ein wunderbarer Blickfang. Dazu kommen bekannte Produktvorteile wie Luftdurchlässigkeit, Elastizität und der legendäre Knackeffekt. Nichts verpackt klüger als die Natur, das wussten schon unsere Vorfahren. Zu meinen Favoriten gehören etwa eine Speckwurst im Kranzdarm, Grütz- oder Krautwurst in der Flaue oder Salami in Kappen oder Fettende. Eine Reminiszenz an alte Handwerkskunst ist die Herstellung von Polnischer oder Knacker mit Kochsalz und Salpeter – ein Geschmackserlebnis, das man heute so nicht mehr kennt. Gleiches gilt für Aufschnitt, der in einer Rinderbutte geräuchert wird.



Wursthüllen für Kids

Kommt beim Familienessen Wurst aufs Brot, können sich die Kleinen über neue Motive auf den Wursthüllen freuen. Wiberg frischt so den Wurstwaren-Auftritt in der Theke auf – kunterbunt und fröhlich. Wenn es um Kindermotive geht, dürfen supercoole Helden aus der Tierwelt nicht fehlen – die Viskosehüllen in Weiß, Gold und Gelb punkten mit „superduper Superpower“. Sie sind innen mit Kunststoff beschichtet, für Rauch, Sauerstoff und Wasserdampf undurchlässig und punkten mit Rückschumpf und matter Optik. Ab 500 m Druck helfen die Designer des Unternehmens bei der Umsetzung eigener Ideen – ob Sprechblasen, Dino-Motiv oder als Regenbogen-Hülle: bunt, in Gelb, Mint, Rosa und Schwarz, inklusive Sonne und Wölkchen. Die Wursthüllen-Profis (wursthuelle-support@iff.com) beraten gerne persönlich. www.frutarom.eu

Wie setzt ein Fachgeschäft diese Spezialitäten wirkungsvoll in Szene?

Jede Spezialität verdient eine Bühne – etwa im Rahmen einer Aktion wie „Aus unserer Schatzkiste“, „Unsere Wurst des Monats“, „Schatz aus unserer Region“, die über Anzeigen, Social Media und Plakate im Geschäft inszeniert wird. Ganz wichtig: Über das persönliche Gespräch mit den Kundinnen und Kunden. Wer mit einem kreativen Sortiment immer wieder die Neugier weckt, legt den Grundstein für die erfolgreiche Gewinnung und Bindung von Stammkunden. Werden diese mit Wertschätzung und Herzblut beraten, verliert der Preis an Bedeutung. Denn: Ein unverwechselbares Angebot macht nahezu immun gegen Wettbewerb.

Was gehört noch dazu, um anspruchsvolle Kunden zu gewinnen?

Unterm Strich ist es das Gesamtkonzept: Neben Rezeptur, Zutaten, Handwerk und Inszenierung braucht es auch ein authentisches Bekenntnis zur Nachhaltigkeit. Dabei stehen Herkunft und Aufzucht der Schlachttiere im Vordergrund, aber auch Aspekte wie das Nose-to-tail-Prinzip. Auch hier punktet der Naturdarm: als natürliche Ressource, die nicht hergestellt werden muss – und die am Ende einfach mitgegessen wird. Fleischerfachgeschäfte sollten sich als erste Adresse für Genusslebnisse rund um Wurst zu profilieren und damit den Wunsch einer anspruchsvollen und weniger preis-sensiblen Kundschaft zu bedienen. www.naturdarm.de

Foto: Frutarom Savory Solutions



Allrounder für Handwerk und Industrie

Von manuellen Tischclippern über Halbautomaten bis hin zu vollautomatischen Doppelclippern bietet JBT Tipper Tie die perfekte Clip-Lösung für jede Betriebsgröße.

- Geringer Luftverbrauch
- Robuste Konstruktion
- Einfache Reinigung durch glatte Flächen



TIPPER TIE
TECHNOPACK GMBH
Wilhelm-Bergner-Straße 9a
21509 Glinde/Germany
Phone +49 40 / 72 77 040

Effizient und nachhaltig

Mit den Würsthüllen von SPM*Sun Products gelingt der Spagat bei den Themen Sicherheit, Nachhaltigkeit und Umweltschutz bei gleichzeitiger Effizienz und Kosteneinsparung. So übertragen etwa die Sun Smoke CAS Därme mit CleanSmoke-Depot Rauchgeschmack und Rauchfarbe in einem Schritt. Es gibt sie gerafft und als Abschnitte. Durch eine geringere Rauchkammerbelegung kann nicht nur die Produktivität, sondern auch die Nachhaltigkeit des Betriebes gesteigert werden. Die Energiekosten sinken, auch auf teure Reinigungsmittel für die Rauchkammern kann verzichtet werden. Die gerafften Sun Flavor X Hüllen mit Hochbarriere verleihen dem Füllgut eine dezente Braternote und entwickeln während des Prozesses eine Bräunung der Produktoberfläche. Durch den Verzicht auf die Zugabe von Zusatzstoffen mit E-Nummern sind sie für Clean Label-Produkte geeignet. Für den gerafften Sun Flavor Gourmet Darm mit Gewürz- und Kräuterdopet werden nur naturreine Zutaten verwendet, auf den Einsatz von Aromen und Füllstoffe wird verzichtet. So kann der Anwender auch im automatisierten Füll- und Clipprozess eine gleichmäßige Dekorummantelung sicher und kosteneffizient herstellen. Die Därme eignen sich auch für vegetarische und vegane Produkte. www.sun-products.de



Hülle mit Schnürnetz

Für die Herstellung von Rohwurst eignet sich „Ronet“, eine Würsthülle auf der Basis von Cellulose-Hydrat, verstärkt mit Faservlies, von Oskutex. Sie ist laut Unternehmen gut zu räuchern, lässt sich leicht füllen und schälen und das Brät bleibt gut haften. Zudem gibt es das dekorative Netz in verschiedenen Farben. Die Hülle ist als Abschnitte in verschiedenen Längen und Kalibergrößen – neu ist das Kaliber 45 – erhältlich. Wer seine Koch- und Brühwurst mit Ostermotiven versehen möchte, für den hält das Unternehmen die „Frühlingszuckerstange“ auf dem nachhaltigen Material NaloTX Bamboo sowie einen „Osterhasen“ auf einem frischen Orange in Eiform bereit. Infos per Mail an info.oskutex@kallegroup.com sowie unter www.wursthuelen-shop.de.

Fotos: SPM * Sun Products, Oskutex

FLEISCH IST SCHÖN!

Cuts-Plakate/Poster in DIN A1, A0 und auf Leinwand

Ob als Lehrplakat in der Würstküche oder als äußerst dekorativer „Hingucker“ in Ihren Verkaufsräumen: Mit diesen Plakaten setzen Sie die Fleischcuts von Rind, Schwein und Wild ästhetisch und appetitlich in Szene.



Scan me

Bestellung im Internet:
www.blmedien.de/plakate



Made by
carneo®





Nachhaltiges Paradebeispiel



Aufhofen liegt malerisch im Voralpenland inmitten grüner Wiesen und Äcker – Bayern wie aus dem Bilderbuch. Hier zeigt die Familie Meyr, wie Rinderhaltung mit Zukunftspotenzial aussieht.

Der Metzgermeister und Fleischsommelier Josef Meyr hat hier seinen Traum vom eigenen Bauernhof mit Schlachthaus und Metzgerei verwirklicht. Ziel war es, die Tiere so artgerecht, nachhaltig und klimafreundlich wie möglich aufzuziehen und weiterzuverarbeiten. Dabei setzt der „Oxenhof“ auf eigene Stromerzeugung aus Photovoltaikanlagen und eigenen Futteranbau. Der Hof ergänzt das Geschäftsmodell der Meyrs. Direkt daneben steht des Hotel Jägerwirt. Überregional bekannt und beliebt bei Gästen aus dem Großraum München. Hier übernachten sowohl Urlaubsgäste als auch Geschäftsreisende. Auch mehrere Events können hier parallel stattfinden. An Arbeit mangelt es also nicht. Doch für die Familie Meyr geht es nicht um Wachstum oder reine Geschäftsmöglichkeiten. Es geht darum, zu zeigen, dass Landwirtschaft, Metzgerei und Gaststätte als regionales Gesamtkonzept funktionieren können.

Die Rinderhaltung ist ein Paradebeispiel dafür, wie all das vereint werden kann. Die

Produktion von Fleisch hat einen großen Einfluss auf die Umwelt und das Klima. Durch eine lokale Erzeugung und Vermarktung wird



der Ausstoß von CO₂ minimiert und zugleich die regionale Wertschöpfung gesteigert. Der Einkauf regionaler Produkte unterstützt die lokale Wirtschaft und reduziert den ökologischen Fußabdruck jedes Einzelnen.

Transparenz schafft Vertrauen

Dabei schafft vor allem Transparenz das nötige Vertrauen der Kunden. Hier kann man sich vor Ort von der Haltung der Tiere überzeugen. Kurze Transportwege sowie moderne Stallhaltung mit Tageslicht und Frischluft sind hier keine leeren Werbeversprechen. Damit sich der Besuch auch über das Besichtigen der Anlage hinaus lohnt, kann sich jeder in der Metzgerei mit zugehörigem Imbiss stärken. In der Theke liegen die Erzeugnisse des eigenen Hofes, die diesen nie verlassen haben. Ergänzt wird das Sortiment durch Fleisch und Wurst von Partnerbetrieben aus der Nachbarschaft sowie ausgewählte Spezialitäten lokaler Produzenten. Nicht alles kann am Oxenhof hergestellt werden. Ein enger Radius für den Einkauf von weiteren Produkten zeigt aber, wie es geht: lokale Betrieben unterstützen, damit alle dazu beitragen können, eine nachhaltigere Zukunft zu schaffen.

Der Oxenhof und die Vision der Familie Meyr sind ein wunderbares Beispiel für nachhaltige Landwirtschaft, die nicht nur Wert auf Umweltschutz legt, sondern auch die lokale Wirtschaft fördern möchte. Hier zeigt sich, dass Fleischkonsum, wenn er bewusst und gewissenhaft erfolgt, eine Zukunft haben kann – weg von globalisierten Wertschöpfungsketten, hin zu mehr Regionalität!

Philipp Böhm, Böhm.media

www.boehm.media, www.oxenhof.de



Scharfer Chic

Professionelle Messer sollen nicht nur scharf schneiden, sondern auch schick und schneidig aussehen. Mit einem durchdachten Design gelingt beides.

Jeder Fleischprofi arbeitet täglich damit. Es ist ein Alleskönner und daher auch in jeder Metzgerei zu Hause: das Messer. Dass es bei dem Schneidegerät aber nicht mehr nur um eine scharfe Klinge geht, sondern ebenso um ein herausstechendes Design, ist spätestens seit Konzepten, die das Arbeiten vor Publikum vorsehen,

klar. Schließlich geht es dabei auch um Entertainment. Gleichzeitig erleichtert eine formvollendete Gestaltung oft den Umgang mit dem Messer.

Ergonomie und Präferenz

Doch welche Faktoren bestimmen die Qualität? Ein hochwertiges Messer lebt natürlich von seiner Schärfe, denn eine geschliffene Klinge erleichtert das Schneiden. Sie erhöht allerdings auch

Messerpflege

- Messer unmittelbar nach dem Gebrauch mit mildem Spülmittel per Hand reinigen, besonders nach dem Schneiden von saurehaltigen Lebensmitteln.
- Anschließend mit klarem Wasser abspülen und mit einem weichen Tuch trocknen.
- Reinigung in Spülmaschinen kann Messern schaden und sollte vermieden werden.
- Zur Pflege neutrales Pflanzen- oder Kamelienöl auf Griff und Klinge auftragen.
- 1x/Jahr fachgerecht nachschleifen, z. B. mit dem neuen Messerschleifer „Max“ von Giesser (S. 47).

die Sicherheit. „Ein richtig scharfes Messer gleitet mit möglichst geringem Druck durch das Schnittgut, wodurch die Gefahr abzurutschen auf ein Minimum reduziert wird“, weiß Jacqueline Giese, Sales Managerin bei Kai Europe. Entscheidend für die Beschaffenheit ist zudem die Verarbeitung der Mate-

rialien: Damit sich weder Lebensmittelreste festsetzen noch Wasser ins Messer eindringt, sollten die Bestandteile fugenlos gestaltet sein. Béatrice Meyn, Victorinox Head of Category Cutlery, fügt hinzu: „Da ein Messer im direkten Kontakt mit Lebensmitteln ist, sind außerdem Härte und Korrosionsbeständigkeit wichtige Qualitätskriterien für ein gutes Exemplar.“ Wenn es um die Auswahl geht, sind jedoch die individuelle Ergonomie sowie Präferenz wichtigste Parameter. Jacqueline Giese gibt diesbezüglich folgenden Rat: „Ein gutes Messer liegt angenehm und austariert in der Hand, was ein ermüdungsfreies Arbeiten ermöglicht. Daher empfehle ich, beim Kauf verschiedene Messer mit unterschiedlichen Griffen auszuprobieren.“

Design folgt Funktion

Neben der Funktionalität spielt aber auch die Optik eine große Rolle. Schließlich ist der tägliche Begleiter auch eine Methode, um sich von der Masse zu differenzieren und den Charakter des eigenen Betriebs hervorzuheben. Zugleich werden der Betrieb und der Alltag damit um ein Design-Element erweitert. Schnell werden die edlen Messer zum Blickfang für Kunden – bei einem Grill- oder Steakkurs oder in einen schicken Messerblock integriert. Ein weiterer Vorteil, der so entsteht: Da eine Lagerung in der Schublade zusammen mit anderen Werkzeugen entfällt, nehmen die Messer so keinen Schaden. „Außerdem sind die Messer so jederzeit griffbereit und werden dadurch häufiger verwendet“, ergänzt Jacqueline Giese. Trotzdem gilt für Béatrice Meyn folgende Grundregel, die über die Wahl des Messers entscheidet: „Design follows function: Egal, ob ausgefallenes Design oder klassisch, das Messer muss gut in der Hand liegen.“

Messer nach Maß

Nicht nur ein optisches Highlight, sondern auch eine Unterstützung für die Funktionalität des Messers können Design-Elemente wie der japanische Hammerschlag, bekannt als Tsuchime, sein – zu finden etwa bei der Shun Premier Tim Mälzer-Serie von Kai Europe. Die Hammerschlagoberfläche vermindert die Berührungsfäche zwischen Schnittgut und Klinge, wodurch das Messer mühelos schneidet. „Gleichzeitig bilden sich durch die Vertiefungen des Hammerschlags kleine Luftbläschen, die ein Ablösen des Schnittguts von der Klinge begünstigen“, betont Jacqueline Giese. Eine Kombination aus VG Max-Stahl und Damaszenerstahl macht die Schneide hart und elastisch zugleich. Teil der Serie ist etwa das Kai Nakiri mit einem Griff aus Walnussholz und quadratischer Klingeform, das sich zum Schneiden von Gemüse und Obst eignet.

Bei der Klinge seiner Messer setzt *Calisso* ausschließlich auf langlebigen Damaststahl. Mit seinem hohen Kohlenstoffanteil ist der verwendete VG10-Stahl verschleißfest. Eine Empfehlung des Unternehmens für den gastronomischen Bereich ist das Chefmesser der Aristocratic Line mit acht Zoll, einem Griff aus Wüsteneisenholz und einem Perlmutterring aus Abalone-Muschel, abgerundet mit einer handgehämmerten Klinge. Einsetzbar ist das Chefmesser für Fleisch, Fisch, Obst, Gemüse und Kräuter. Daneben bietet *Calisso* auch Sets an, z. B. das Serving Set der Aquamarine Line. Es umfasst sechs Messer und ein Servierbrett.

„*Giesser* verarbeitet ausschließlich hochlegierte Chrom-Molybdän-Stähle“, betont Geschäftsführer Hans Joachim Giesser zu den Produkten seines Unternehmens. So ist etwa das BBQ No. 1-Fleischmesser mit seiner 30 cm langen Klinge vielseitig nutzbar – ob als Fleisch- oder Kochmesser, am Grill oder in der Küche. Eine Besonderheit sind die Griffe der Messer: Beim Modell „Tree of Life“ etwa werden die Griffschalen aus Thuja-Wurzelholz gefertigt. Dieses Holz ist widerstandsfähig und fühlt sich dank Poliervorgängen samtig an. Wegen seiner flexiblen, 17 cm langen Klinge eignet sich das „Filet No. 1“ dagegen zum Filetieren von Fischen, aber auch für alle Ausbeinarbeiten. Aus hochwertigem Acryl bestehen die Griffschalen beim Modell „Red Diamond“.

Hygiene und Sicherheit

„Bei der Fleischverarbeitung dürfen Messer und Werkzeuge ausschließlich mit Kunststoffgriffen eingesetzt werden“, sagt Petra Heer von *Friedr. Dick*. Daher sind die Fleischmesser des Unternehmens mit festen Kunststoffgriffen ausgestattet. Sie bewirken, dass die Verbindung zwischen Griff und Klinge dicht ist und es bei seitlicher Belastung der Klinge zu keiner Spaltenbildung kommt. Für die unterschiedlichen Einsatzgebiete gibt es verschiedene Grifffarben. „Durch die Farbcodierung kann die Hygiene noch mehr verbessert und erleichtert werden. Nicht nur deshalb sind die Messer mit dem

„Ein gutes Messer liegt angenehm und austariert in der Hand, was ein ermüdungsfreies Arbeiten ermöglicht.“

Jacqueline Giese



Calisso



Friedr. Dick



Giesser



Kai Shun Nakiri



Victorinox

amerikanischen Hygiene- und Qualitätssiegel NSF ausgezeichnet“, betont sie. Für fast alle Arbeiten, die im Handwerk anfallen, bietet das Unternehmen das passende Messer in der Serie ErgoGrip. Diese umfasst 39 unterschiedliche Klingeformen. Teil davon ist etwa das ErgoGrip Zerlegemesser für den täglichen Gebrauch mit Kullenschliff und 21 cm langer Klinge. Für mehr Sicherheit ist der Griff mit extrabreiter Daumenauflage und ausgeprägten Fingerschutz geformt sowie der Messerklingenrücken abgerundet. Der Fingerschutz am Griff verhindert ein versehentliches Abrutschen der Hand und somit einen Kontakt mit der Messerklinge. Durch die ergonomische Griffform und den Kunststoff liegt das Messer rutschfest in der Hand. Zum Aufbewahren ist der Messerblock „4Knives“ aus Acryl, auch bestückt mit der Serie 1905, erhältlich.

Die Auswahl an ausgefeilten Messern und deren Zubehör ist also groß. Sie sind nicht nur ein optisches Highlight, sondern bringen auch mehr Sicherheit und Freude in den Alltag. **Carolin Merl**

Nützlicher Link

Weitere Tipps und was man im Umgang mit hochwertigen Messern vermeiden sollte, gibt es unter www.blgastro.de/24_stunden_gastlichkeit/messerpflge-dos-und-donts/



Do-it-yourself oder Profi?

Fleisch- und Wurstaufnahmen im eigenen Fotostudio? Oder doch zu einem Foto-Profi? Hier gibt der erfahrene Produktfotograf Wolfgang Rottmann Tipps aus seinem Erfahrungsschatz.

Kann ich meine Aufnahmen selbst auch anfertigen?“ Diesen Satz höre ich sehr oft von Kunden, die meist aus Budgetgründen den Gang zum Fotografen scheuen. Ich beantworte diese Frage immer mit einem klaren Ja: „Natürlich können Sie das und es ist gar nicht schwer. Was Sie aber sicher dazu benötigen, ist ein wenig Ausrüstung und eine Einweisung in die Technik.“

Es geht dabei nicht darum, tausende Bilder mit unterschiedlichsten Herausforderungen zu schießen. Es geht darum, dass es Ihnen möglich ist, mit nur einer Einstellung und einem Lichtset möglichst viele von ihren Produkten abbilden zu können. So erreichen sie Einzigartigkeit und verhindern, dass Ihr Mitanbieter ein identisches Bild für seine Zwecke verwendet.



Das Aufnahmeset

Zum Produktfoto linke Seite oben: Blende 8, Verschlusszeit: 1/125 Sek., ISO 50
Objektiv: Canon EF 50 1,8 II STM, Kamera: Canon 5 D Mark II /211 Megapixel

Set als Beispiel

Um professionelle Ergebnisse zu erzielen, habe ich ein Set als Beispiel zusammengestellt. Eine Spiegelreflexkamera (auf dem Gebrauchtmarkt für unter 200 Euro erhältlich). Ein 50 mm Normalobjektiv, das schon für 130 Euro über die Ladentheke geht und ein Studioblitz mit 300 bis 500 WS Leistung. Studioblitze können Sie auch im Internet günstig erwerben. Wichtig ist nur, dass Sie Lichtklappen dazu bestellen.

Die Vorgehensweise

- Stellen Sie das Wahlrad oben auf der Kamera auf das Symbol „M“. Damit haben Sie alle Einstellungen selbst im Griff. Nun wählen Sie im Menü der Kamera eine Belichtungszeit von 1/125 Sekunde. Dadurch ist der Blitz synchronisiert und Sie können aus der Hand heraus fotografieren ohne zu „verwackeln“. Stellen Sie die Blende der Kamera auf 8,0 ein. Damit haben Sie genügend Tiefenschärfe und die Sicherheit, dass das Produkt ausreichend scharf abgebildet ist. Die ISO-Zahl stellen Sie auf den niedrigst möglichen Wert ein. In meinem Fall war das ISO 50. Löschen Sie das Licht im Raum oder lassen Sie die Rollos herunter so das nur noch das Einstelllicht des Blitzes leuchtet.

- Jetzt sehen Sie, wie sich das Licht exakt verhält. Machen Sie Ihr erstes Bild und kontrollieren Sie, ob es über- oder unterbelichtet ist. Nun regeln Sie die Leistung des Blitzes hoch oder runter, bis die von Ihnen gewünschte Helligkeit im Bild erreicht ist.

- Machen Sie jetzt einen Weißabgleich. Wie das genau geht, finden Sie im Handbuch der Kamera beschrieben. Nur so bekommen Sie gute und richtige Farben.

- Beginnen sie damit, die Lichtklappen am Blitz oder Strahler zu verengen, bis ein Einfallswinkel in der Mitte stehenbleibt, der nur das Produkt beleuchtet. Jetzt wollen wir die Strukturen unseres Produkts zum



Artikelübersicht: 1. Kamera, 2. Blitzauslöser, 3. Studioblitz, 4. Normalreflektor mit Lichtklappen, 5. Stativ, 6. Abschatter (schwarzer Karton), 7. Reflektoren (Kartons mit silberner Beschichtung)

Leben erwecken und stellen das Stativ tiefer, bis das Licht stark seitlich auf das Produkt trifft.

- Im nächsten Schritt engen wir das Licht weiter ein und stellen den Abschatter (6) ins Licht, bis der Schatten in der unteren linken Ecke zu sehen ist. Nun beginnen Sie damit, die dunkle Schattenseite mit den spiegelnden Kartons aufzuhellen. Schieben

nur den Artikel bzw. das Produkt aus. Dekorieren Sie diesen wieder mit passenden Utensilien, aber lassen Sie alles andere bist auf die spiegelnden Kartons gleich. Diese müssen Sie natürlich wieder auf den neuen Artikel einstellen. So können sie ihre gesamte Produktpalette abfotografieren.

Wolfgang Rottmann,
quadratmedia, Schönbach

„Es geht darum, dass es Ihnen möglich ist, mit einer Einstellung und einem Lichtset möglichst viel von ihren Produkten abbilden zu können.“

Wolfgang Rottmann

sie diese so lange hin und her sowie rauf und runter, bis Sie das optimale Ergebnis sehen und die Schattenseite gut ausgeleuchtet ist. Fixieren Sie diese mit Knetmasse und einem Holzstück auf der gewünschten Position.

- Nun ist Ihr komplettes Studioset fertig und Sie können die erste Aufnahme machen. Schauen Sie sich das Ergebnis an und prüfen Sie, ob die Dekorationsartikel passen und das Ergebnis Ihren Wünschen entspricht. Ist das erste Foto im Kasten, können Sie alles so stehen lassen und wechseln



Zum Autor: Wolfgang Rottmann ist seit über 25 Jahren als Produktfotograf tätig und arbeitet für regionale Kunden ebenso wie für große Agenturen und Global Player. Auch als Coach hat er viele Schulungen und Präsentationen durchgeführt und viele Menschen für die Fotografie begeistert. Im Buch „Produktfotografie“ (siehe S. 5) gibt er viele weitere praktische Tipps und bietet zudem Interessierten, auch Kunden aus dem Metzgerhandwerk, Fotokurse an. www.quadratmedia.de



Kosten und CO₂ senken

Eine Studie von Bridgestone zeigt auf: Mit dem Einstieg in die Elektromobilität sparen Flottenkunden signifikant Kosten und Kohlendioxid.



ing Data“ auf der Basis von Telematikdaten aus mit Webfleet vernetzten Fahrzeugen, die das Elektrifizierungspotenzial kommerzieller Flotten aufzeigen soll. Die für diese Studie gesammelten und ausgewerteten Daten beziehen sich auf den Zeitraum von Januar bis Juni 2022.

Diese Analyse verdeutlichte, dass es Unterschiede bei den durchschnittlichen Einsparungen in den unterschiedlichen Ländern Europas gibt. So belaufen sich die jährlichen Kraftstoffkosten-Einsparungen pro Fahrzeug durch die Umstellung auf Elektrofahrzeuge im Vereinigten Königreich und in den Niederlanden auf je 3.800 bzw. 3.500 Euro. In Dänemark, Frankreich und Spanien bewegen sich die potenziellen Einsparungen zwischen 2.000 und 3.000 Euro, während sie in Deutschland, Italien und Polen bei bis zu 2.000 Euro liegen. „Die signifikanten Kosteneinsparungen als Ergebnis unserer Studie zeigen, warum die Elektrifizierung kommerzieller Flotten wirtschaftlich sinnvoll ist. In Webfleet können sie auf einen individuellen Flotten-Elektrifizierungsbericht zugreifen, eine Funktion, die sichtbar macht, welche der vorhandenen Fahrzeuge durch ein E-Fahrzeug ersetzt werden könnten. Wir möchten zeigen, dass der Umstieg auf Elektromobilität nicht nur gut für die Umwelt, sondern auch für die Unternehmen ist“, kommentiert Taco van der Leij, Vice President Webfleet Europe. Die Flottenmanagement-Lösung Webfleet unterstützt Unternehmen bei jedem Schritt ihres Einstiegs in die E-Mobilität – von der Planung des Umstiegs und dem Einsatz von E-Fahrzeugen über das Monitoring ihrer Nutzung, dem Lademanagement bis hin zur Senkung von Betriebskosten und allen anderen Aspekten, die es braucht, um die eigene Elektrifizierung kommerziell optimal zu nutzen.

Was gibt es Neues?

Den Umbau gebrauchter VW T6.1-Modelle auf Batterieantrieb bietet *ABT e-Line* an – und das laut Unternehmen innerhalb weniger Tage. Das Basisfahrzeug muss ein Diesel mit DSG-Getriebe sein. Die

Fotos: Webfleet, Streetscooter, ABT e-Line, Kieselring Fahrzeugbau, Winter Fahrzeugtechnik, TBV Kühlfahrzeuge

Über 60.000 Unternehmen weltweit nutzen die Flottenmanagement-Lösung *Webfleet* von Bridgestone. Daten von *Webfleet* zeigen, dass gewerbliche Fuhrparks in Europa, die Verbrenner durch Elektrofahrzeuge ersetzen, im Durchschnitt 3.599 Euro an Kraftstoffkosten pro Fahrzeug und Jahr eingespart haben. [1]

Zudem konnten sie ihren Kraftstoffverbrauch im Schnitt um 5.665 l und ihre CO₂-Emissionen um 15 t pro Fahrzeug und Jahr senken. Das ergab die erste Studie der dreistufigen Reihe „Electrify-

technischen Eckdaten entsprechen denen des ABT e-Transporters 6.1. Dessen Reichweite beträgt zwischen 105 und 138 km (nach WLTP) – je nach Aufbau und Gewicht kann diese bei der Umrüstung leicht abweichen. Der Verbrauch beträgt beim Komplettfahrzeug je nach Ausführung zwischen 27,0 und 35,8 kWh/100 km. Die Spitzenleistung des Antriebs liegt bei 83 kW, das maximale Drehmoment bei 200 Nm. In Verbindung mit der auf 90 km/h, optional 120 km/h, limitierten Höchstgeschwindigkeit ergibt sich ein sparsamer Verbrauch. Die komplette Ladezeit beträgt an einer 7,2 kW-Wallbox ca. 5,5 Stunden, 80 % an einer Schnellladestation (CCS) mit 50 kW in ca. 45 Min.

Mit dem Kiesling-Konfigurator können Kunden von *Kiesling Fahrzeugbau* ihren Kühltransporter online auf der Basis vordisponierter Fahrgestelle selbst komplettieren und erhalten ihr Angebot inklusive der möglichen Lieferzeit und alternativen Fahrgestellen. Zur Auswahl „abrufbereit“ stehen Mercedes-Benz Sprinter, Iveco Daily, Fiat Ducato und Renault Master. Neben den klassischen Modellen „Cooler Flitzer“ für bis zu 200 E2-Kisten oder fünf Europaletten, „City Runner“ und „Rolli Runner“ mit Platz für sieben bis elf Rollcontainer – je nach Ausführung –, oder dem neuen „Eco Speeder“, der bis zu 196 Eurokisten fasst, bietet das Unternehmen in puncto E-Mobilität einen Fiat E-Ducato mit elektrischem Fahrgestell an. Auf Abruf heißt, die Fahrgestelle sind im Vorlauf oder bereits angeliefert. Der Aufbau wird erst produziert, wenn der Kunde das Fahrzeug abrufen. So kann er seine Wunschausstattung für den Aufbau und das Thermo King-Kühlaggregat komplett auswählen. Individuelle Fahrzeuge für alle Temperaturbereiche sind so kurzfristig verfügbar.

Handwerk kann Vorreiter sein

Durch das steigende Angebot elektrisch angetriebener Transporter gewinnt die Belieferung von Filialen mit abgasfreien Fahrzeugen an Bedeutung. Das Fleischerhandwerk kann hierbei eine Vorreiterrolle übernehmen. *Tbv Kühlfahrzeuge* fertigte bereits mehrere elektrisch betriebene Kühlfahrzeuge verschiedener Fabrikate an, deren Kühlanlage unabhängig vom Antriebsakku des Fahrzeuges betrieben wird. Das heißt: Die Kühlanlage vermindert die angebotene Laufleistung des Transporters nicht. Jüngster Spross ist ein Ford E-Transit für die *Metzgerei Reichenbach* in Glottertal im Schwarzwald. Das Fahrzeug hat mit 135 kW und 430 Newtonmetern eine Reichweite von rund 317 km (WLTP), was für die Belieferung mehrerer Filialen mehr als ausreicht. Ebenfalls ausreichend ist die Nutzlast von 910 kg bei einem zulässigen Gesamtgewicht von 3.900 kg. Die integrierte Kühlanlage wird von einem eigenen Akku angetrieben. Sie leistet so autark 2.600 W, wodurch Temperaturen von bis zu 0°C für den Belieferungszeitraum gewährleistet werden. Die Investitionsentscheidung der Metzgerei erfolgte aus Gründen der Nachhaltigkeit, aber auch aufgrund günstigerer Unterhaltskosten des E-Fahrzeugs im Vergleich zu einem Verbrenner.

Auch im Bereich der E-Mobilität legt *Winter Kühlfahrzeuge* Wert auf Flexibilität: So kann der Kunde zum Ausbau und der individuellen Ausstattung das passende Batteriepackage wählen, das auf den

„Die signifikanten Kosteneinsparungen als Ergebnis unserer Studie zeigen, warum die Elektrifizierung kommerzieller Flotten wirtschaftlich sinnvoll ist.“

Taco van der Leij, Vice President Webfleet Europe

Einsatzzweck des Fahrzeugs zugeschnitten ist. Ein 100 % batterieelektrischer Kühltransporter mit autark und elektrisch betriebenem Kühlsystem eignet sich für den emissionsfreien Verteilerverkehr. Mit Pufferbatterien versorgt das Kühlaggregat die empfindliche Ware stets mit der richtigen Temperatur. Auch bei Stopps zum Be- und Entladen wird die geladene Ware auf den Punkt temperiert. Das Kühlsystem arbeitet autark und wirkt sich nicht auf Fahrleistung und Reichweite aus. Für mehr Flexibilität im Laderaum eignet

sich etwa der höhenverstellbare Zwischenboden, für kleinere Laderäume der Zwischenboden mit Profilsystem zur optimalen Luftzirkulation. Weitere Ausstattungen wie Fleischgehänge, Bodenvarianten oder Auslaufschutz sind möglich.

[1] Die Ergebnisse basieren auf Webfleet-Daten des 1. Hj. 2022 und auf einem durchschnittlichen Preis von 2 Euro/l Diesel. Diese Daten umfassen geschäftliche und private Fahrten. Länderspezifische Steuervorteile sind bei den Berechnungen unberücksichtigt.

Nützliche Links

www.abt-sportsline.de / www.kiesling.de /
www.webfleet.com / www.tbv-kuehlfahrzeuge.de /
www.winter-kuehlfahrzeuge.de



ZARTUNDFRISCH

HUMBAUR

AUFDENTISCH

**QUALITÄT SICHER
TRANSPORTIERT**

Optimal gekühlt, bestens gesichert.
Für den zuverlässigen Transport
Ihrer Fleisch- und Wurstwaren.
So individuell und flexibel wie Sie.





Meisterehren in Weiterstadt

32 Nachwuchskräfte im Handwerk absolvierten an der Fleischer- und Bäckerfachschule Heyne in Kooperation mit der HWK Frankfurt-Rhein-Main ihre Meisterprüfung.

Als jeder sein Zeugnis hatte, kam Partystimmung auf. „Wir hatten tolle zwölf Wochen“, schwärmte ein Teilnehmer, „wir sind super vorbereitet worden. Jederzeit gerne wieder hier.“ Ein anderer Kollege pflichtete ihm bei: „Die harte Arbeit hat sich gelohnt.“ Mit einem Notendurchschnitt von 1,5 wurde Carsten Hahl als Jahrgangsbester geehrt. Drei Monate hatten sich die jungen Frauen und Männer in Vollzeit auf die Meisterprüfung in Weiterstadt vorbereitet. Aus ganz Deutschland waren sie angereist; selbst von Flensburg kamen Teilnehmer nach Südhessen. „Das ist immer sehr aufregend am Anfang“, berichtet Britta Sickenberger-Schwing, die



bei der Handwerkskammer Frankfurt-Rhein-Main das Fachzentrum Nahrungsmittel in Weiterstadt leitet. „Da kommen ganz unterschiedliche Menschen zusammen. Zum Schluss sind alle wie eine große Familie. Manche verabschieden sich ganz wehmütig nach der gemeinsamen Zeit. Da entstehen Freundschaften fürs Leben.“

Die intensive Zeit der Vorbereitung nutzten die Teilnehmer, um sich fachspezifisch auf ihre Prüfungen vorzubereiten. Hessens Finanzminister Michael Boddenberg, der selbst Fleischermeister ist, lobte den Durchhaltewillen und das Engagement der jungen Menschen. Auch Dr. Christof Riess, Hauptgeschäftsführer der HWK Frankfurt-Rhein-Main, bescheinigte den Absolventinnen und Absolventen, als Meisterinnen und Meister hervorragend auf die Zukunft ihres Gewerkes vorbereitet zu sein: „Wir sind stolz auf Sie. Bleiben Sie jetzt dran und machen Sie weiter! Ihnen stehen alle Türen offen.“ „Der Meistertitel ist nicht das Ende der Weiterbildung“, bestätigt Britta Sickenberger-Schwing: „Im Handwerk geht bei uns noch ganz viel mehr.“ Etwa die Weiterbildung zum bzw. zur Fleisch-Sommelier/e. www.rhein-main-campus.de

Weitere Kurse 2023

Geprüfter Fleisch-Sommelier (HWK): 12. bis 23. Juni 2023 und 23. Oktober bis 3. November 2023;

Fleischer - Meisterkurs: 4. September bis 23. November 2023



Dutzend für die Theke

Für den Zusatzverkauf – nicht nur in der Grillsaison – bieten sich die Ende 2022 von **Frutarom Savory Solutions** eingeführten Gewürze der WOW-Range („World of Wiberg“) an. Zwölf Würz-mischungen, von exotischen Currys über würzige Bio-Ursalze bis hin zu rauchigen BBQ-Mischungen, sorgen in der heimischen Küche für Genussmomente. Metzgereien können auch praktische „Grill-Pakete“ anbieten, bei denen das Grillgut und die Würzmischung harmonieren. So unterstreichen sie ihre Fachkenntnis in allen Aspekten des guten Geschmacks. Im Thekendisplay etwa finden alle zwölf Produkte der Range Platz und die Gewürze sind so ein echter Hingucker. Dieses ist einfach aufzubauen und zu befüllen. Die Verpackungen der Bio-, Authentics- und BBQ-Reihe verzaubern mit bunten Farben und einem ansprechenden Design.
www.wow-shop.wiberg.eu

Nächste Generation

Neu im Sortiment von **Giesser Messer** ist der patentierte manuelle Messerschärfer „Max“. Die neu entwickelten Schärfstäbe sind auf einer Seite mit einer abrasiven Diamantbeschichtung ausgestattet, auf der anderen Seite sorgt Keramik für den Abzug der Messerklingen. Ohne Wechseln von Schleifscheiben oder Abstandshaltern können Messer unterschiedlicher Länge und Breite geschärft und poliert werden. Dabei kann der Anwender die Stellung der federgeführten Stäbe an zwei verschiedenen Schleifwinkel (30°, 40°) anpassen. Die leicht elliptische Schleifbewegung ist schnell zu erlernen. In ein bis zwei Minuten ist das Messer wieder scharf. Nutzt man während des Arbeitens die Keramikseite der Schärfseite zum Erhalt der Schärfe, sei ein Wetzstahl überflüssig. Zum Verstauen werden die zuvor unter fließendem Wasser gereinigten Stäbe in die am Gerät befindlichen Schlitze gesteckt.
www.max-giesser.de



Fotos: Frutarom Savory Solutions, Johannes Giesser Messerfabrik, Mewa



Hygienisch & flexibel

Bequemer Sitz, ein professioneller Look und zertifiziert nach DIN 10524: **Mewa** hat seine Kollektion ‚Move‘ um eine Variante für die Lebensmittelherstellung erweitert. Die Hygienekleidung ‚Move Clean‘ gibt es im Servicesystem und erfüllt die Vorgaben der Risikoklassen RK1 bis RK3. Die Kollektion besteht aus Bundjacke und -hose, Latzhose und Kittel. Die Hosen gibt es mit und ohne Beintaschen. Beim Kittel ist ein Damenmodell aus einem leichteren Gewebe erhältlich. Auch hier kann die Trägerin zwischen Kittel mit und ohne Seitentaschen wählen. Move Clean ist weiß, aus hautfreundlichem Mischgewebe gefertigt, blickdicht und bietet hohen Bewegungskomfort. Nach dem Mix-and-Match-Prinzip sind viele Bekleidungsstücke verschiedener Kollektionen des Anbieters miteinander kombinierbar. www.mewa.de

ENERGIE-KOSTEN SPAREN?

JA, das geht mit



und unserem Kooperationspartner **Johannes Schuetze AG** und **InTime Media Services GmbH**. Diese überprüfen unverbindlich Ihre bisherigen Energiekosten und können sie durch einen gebündelten Energieeinkauf zukünftig deutlich verringern.

PROFITIEREN SIE ALS ABONNENT VON UNSERER VORTEILSKAMPAGNE UND SPAREN SIE DEMNÄCHST BEI DEN ENERGIEKOSTEN.



KONTAKTIEREN SIE UNS GERNE!

Johannes Schuetze Vertriebs AG Süd (Zentrale)

Weidestraße 120b

22083 Hamburg, Deutschland

Telefon: +49 (0)40 – 8000 44 3000

Telefax: +49 (0)40 – 6558 42 16

Email: info@JohannesSchuetze.com

Internet: www.JohannesSchuetze.com

Hygienische Stapelecken

Stapelbehälter zum Lagern und Transportieren von Lebensmitteln müssen robust und hygienisch so konzipiert sein, dass es beim Übereinanderstapeln nicht zur Kontamination von Waren durch Verunreinigungen kommt. Bei vielen Behältern mit offen konstruierten Stapelecken dringen dann Schmutz und Wasser über die Stapelfüße ein. Bei den Stapelbehältern der Highline-Serie von **Mohn** vermindern speziell entwickelte Stapelecken mit Verunreinigungsschutz, sowie exakt an die Stapelecken angepasste, hygienische Stapelfüße das Risiko der Kontamination von Lebensmitteln. Dabei stehen die Stapelfüße durch den Verunreinigungsschutz an den Ecken der Behälter außen geschützt. Dank solider Ecken ist ein sicheres Handling und Platzieren der Behälter übereinander kein Problem. www.mohn-gmbh.com



Weizen statt Soja

Als Alternative zu sojabasierten Bindesystemen entwickelte der Ingredients-Spezialist **Loryma** halal-zertifizierte Bindekomponenten auf Weizenbasis, die Scheiben- und Hackfleisch-Drehspieße schnittfest und stabil macht. Die speziellen Binder Lory® Bind bestehen aus Weizenstärke und -protein (Gluten) und minimieren Gewichtsverluste. Sie beeinträchtigen den typischen Fleischgeschmack nicht und werden auf die übliche Weise zugesetzt. Die Bindemittel besitzen aufgrund der Weizenstärke ein hohes Wasserbindevermögen,



was im Produkt für eine gute Gefrier-Tau-Stabilität sorgt. Außer dem ist Weizen dank der europäischen Anbauggebiete gut verfügbar und trotz Kostenerhöhungen kosteneffizient. www.loryma.de



Prozesse bei Pökelwaren wirksam optimieren

Prozessoptimierungen bieten Möglichkeiten Einsparpotenziale zu erkennen und zu nutzen. In Zeiten von großem Kostendruck und hohen Energie- und Materialkosten, gewinnen für viele Unternehmen Effizienz und Effektivität der Produktionsabläufe zunehmend an Bedeutung. Daher kreierte Red Arrow spezielle Produkte zur Lake-Anwendung, die es ermöglichen den Herstellungsprozess bei gepökelten Fleisch- und Wurstwaren zu verkürzen. Das leichtlösliche Rauchpulver wird der Lake zugefügt und dringt tief in die Produkte ein. Der intensive Rauchgeschmack entfaltet sich im gesamten Produkt und steigert den Geschmack. Der anschließende Räucherprozess kann deutlich verkürzt werden. So wird der Herstellungsprozess optimiert, die Prozesskosten gesenkt und die Produktivität gesteigert. Die Spezialprodukte gibt es mit typisch amerikanischer Mesquite-Rauchnote oder vollmundiger Hartholz-Rauchnote. www.kerry.com

Sicherer Auftritt

Saubere Berufskleidung für das Team, praktikabel und sicher umgesetzt. Dabei unterstützen textile Mietdienstleister wie der **DBL-Verbund** mit Kollektionen im Full-Service. Die eingesetzten Kleidungsstücke werden bei den regionalen DBL-Partnern in validierten und zertifizierten Waschprozessen hygienisch aufbereitet. „Die DBL Dienstleistung des Waschens, der Pflege und der Aufbereitung von Berufskleidung aus Lebensmittelverarbeitenden Betrieben entspricht den Anforderungen der DIN 10524“, heißt es und so darf der Verbund auch in diesem Jahr das BVLK-Siegel mit dem Zusatz „Empfohlen vom Bundesverband der Lebensmittelkontrolleure Deutschlands e.V.“ tragen, das für ein Jahr gilt. Es gibt normkonforme HACCP-Kleidung für Produktion und Technik und attraktive Kollektionen für den Verkauf. www.dbl.de



Vorverpackte Spezialitäten

Einige ihrer beliebtesten Wurst- und Schinkenspezialitäten bietet die **Wurst- & Schinkenmanufaktur Bedford** für Metzgereien erstmals aufgeschnitten vorverpackt an. Das bedeutet kaum Pflegeaufwand in der Theke, attraktive Spannen und geringe Abschriften. Dazu zählen der salzmilde Lachsschinken (80 g, Offenstall-Haltung), die mit 24 Monate gereiftem Parmigiano Reggiano verfeinerte Südländische Salami (300 g), die pikante Salsalito (80 g, 300 g, Offenstall-Haltung), die Trüffelsalami (80 g, 300 g), die Fenchelsalami (80 g, 300 g) sowie der Osnabrücker Friedensschinken (90 g, 300 g, Offenstall-Haltung), in zwei Sorten. Alle enthalten kein Gluten und geschmacksverstärkende Zusatzstoffe. In der Frische-Verpackung angeboten, heben sie sich klar vom industriellen SB-Sortiment ab. www.bedford.de

Autoklaven

NEU!
Vollautomatische Steuerung!

reifen
dämpfen
garen
kochen
sterilisieren

AUTOKLAV & KESSEL

KORIMAT

www.korimat.de

Metallwarenfabrik GmbH
Telefon 02772/576413-0

Entsehnungsmaschinen und -anlagen

BAADER ///

BAADER Refiner

BAADERING means Value - Adding
The gentle method of product refinement.

Office: +49 451 53020
baader@baader.com
www.baader.com

Gewürze

Service. Geschmack. Vielfalt.

Wenn's um die Würze geht:

Beck
Gewürze und Additive

Jetzt informieren:
Tel. + 49 9153 9229-0
info@beck-gewuerze.de

Kühlthekenausstattung

Prico Plex

Systemzubehör für Bedientheken

Tel. (08193) 23 69 80 | office@pricoplex.com

Backtrennmittel

Wir kriegen's gebacken!

SPRÜH-SYSTEME

UNIFILLER-SYSTEME

BACKTRENNMITTEL

Massig POWER!
EXAKTES Dosieren,
Portionieren und Abfüllen

Die ELF 400 wurde als kleines Arbeitstier und echter Produktionshelfer entwickelt! Im Sekundentakt portioniert die Dosiermaschine Menüs, Salate, Feinkost, Antipasti, Nachspeisen oder Flüssigkeiten – präzise und gewichtsgenau. Dank der bewährten Boysens-Technologie bleiben auch ganze Stücke in den Speisen erhalten.

boyens backservice

www.boyensbackservice.de

Etiketten

Schaumermal
Tinten, verspricht

Innovative Etikettierlösungen für Fleischer, Bäcker und Selbstvermarkter

Tel. +49 (0) 9162 920 735
www.schaumermal24.de

INNOVATIVE GÜTEZUSÄTZE,
GEWÜRZE UND MARINADEN
DER EXTRAKLASSE

van-hees.com

VAN HEES
we know how

Fleischereimaschinen

▲ Füllen
▲ Kuttern
▲ Wolfen

DUKER REX
FLEISCHEREIMASCHINEN

Telefon: +49 (0)60 93 99 32-190
Mail: info@dueker-rex.de
Internet: www.dueker-rex.de

Gütezusätze

INNOVATIVE GÜTEZUSÄTZE,
GEWÜRZE UND MARINADEN
DER EXTRAKLASSE

van-hees.com

VAN HEES
we know how

Geschenkverpackungen

fausto
Sail 1985

18.000 VERPACKUNGEN
400 MODELLE • 250 DEKORE

WWW.FAUSTO.DE

Hygienetechnik

WALTER
next level cleaning

Wenn ein Gerät alle Probleme löst, ist es next level cleaning.

Individuelle und ressourcenschonende Reinigungssysteme für vielfältigste Anwendungen.

www.walter-cleaningsystems.de

fleisch net.de

Kunstdärme

HansSchütt

Kunstdärme für jede Anforderung
Ihr Partner für flexible Folien
Hans Schütt e. Kfm. · info@hans-schuetz.de
Immelsweg 19 · 25469 Halstenbeck
Tel. 04101 8560-0 · Fax 0401 8560-77

Anzeigen werden gelesen!
Sie tun es gerade!

WWF

Hilf mit deiner Spende:
wwf.de/plastikflut

STOPP DIE PLASTIKFLUT

WWF-Spendenkonto:
IBAN DE06 5502 0500 0222 2222 22

Eilige Anzeigen unter
Tel. (089) 370 60-200
Fax (089) 370 60-111

SOS-KINDERDORF STIFTUNG

WERDEN SIE ZUKUNFTSSTIFTER!
Nachhaltig und langfristig helfen
www.sos-kinderdorf-stiftung.de

Ladengestaltung

promedia thekenTV



**Herausragend
IN SZENE** gesetzt

**Bildschirmwerbung,
die auffällt**

Mit **promedia-thekenTV** setzen Sie Ihre Informationen, Angebote und vieles mehr in Ihrer Fleischerei aufmerksamkeitsstark in Szene.

Jetzt Beratungstermin vereinbaren:

☎ Tel.: 0 21 03 / 20 47-00
✉ info@promedia-thekentv.de
🌐 www.promedia-thekentv.de



Pökelinjektoren

günther®

Günther Maschinenbau GmbH

Einsteinstraße 3-5, D-64859 Eppertshausen
Tel: 0 60 71/ 9878-0, Fax 0 60 71/ 987825
Internet: www.guenther-maschinenbau.de
E-Mail: info@gmb-fm.de

Pökel- und Massiertechnik

Suhner
food processing equipment

Suhner AG Bremgarten

Fischbacherstrasse 1
CH-5620 Bremgarten

Telefon: +41 56 648 42 42
Fax: +41 56 648 42 45
E-Mail: suhner-export@suhner-ag.ch
www.suhner-ag.ch

Schlachthofeinrichtungen

Systems for the red meat industry

RENNER

Fachsenfelder Straße 33
D-73453 Abtsgmünd

Telefon 0 73 66/9 20 96-0
Telefax 0 73 66/9 20 96-99
www.renner-sht.de

Tumbler

günther®

Günther Maschinenbau GmbH

Einsteinstraße 3-5, D-64859 Eppertshausen
Tel: 0 60 71/ 9878-0, Fax 0 60 71/ 987825
Internet: www.guenther-maschinenbau.de
E-Mail: info@gmb-fm.de

Anzeigen werden gelesen!
Sie tun es gerade!

Walzensteaker

günther®

Günther Maschinenbau GmbH

Einsteinstraße 3-5, D-64859 Eppertshausen
Tel: 0 60 71/ 9878-0, Fax 0 60 71/ 987825
Internet: www.guenther-maschinenbau.de
E-Mail: info@gmb-fm.de

**EIN LEBEN
VERÄNDERN!**

Mit einer Patenschaft können Sie Kinderarbeit bekämpfen.



„WERDEN SIE PATE!“

Plan International Deutschland e.V.
www.plan.de



NABU-Stiftung
Nationales Naturerbe



**Wir retten
Paradiese!**

Helfen Sie uns, Land zu kaufen. Für die Natur in Deutschland.

Mehr dazu unter
www.naturerbe.de

NABU-Stiftung Nationales Naturerbe
Charitéstraße 3 · 10117 Berlin
Tel. 030 284 984-1814
naturerbe@nabu.de

Spendenkonto
IBAN: DE88 3702 0500 0008 1578 00
BIC: BFSWDE33XXX
Bank für Sozialwirtschaft

**fleisch
net.de**

Impressum 12. Jahrgang

FH
FLEISCHER-HANDWERK

Offizielles Organ von: **METZGER HANDWERK Bayern**

Verlag: **B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG, Verlagsniederlassung München**
Postadresse: Postfach 21 03 46, D-80673 München,
Hausadresse: Garmischer Straße 7, D-80339 München
Tel. (089) 370 60-0, Fax: (089) 370 60-111
Internet: www.blmedien.de, E-Mail: muc@blmedien.de

Verlagsleitung München:
Bernd Moeser -200
Basak Aktas (Stv.) -270

Chefredakteur (verantwortlich i. S. d. P.):
Marco Theimer (mth) -150

Redaktion:
Christian Bitümel (chtb) -185

Ständige Autoren:
Heike Sievers, Horst Buchmann, Christian Böhm

Anzeigen:
Bernd Moeser (Leitung) -200 Kilian Roth -246
Sebastian Lindner (Stv.) -215 Concetta Herion -240
Gerhild Burchardt -205 Rocco Mischok -220
Fritz Fischbacher -230 Luisa Wachsmuth -210

Gültige Anzeigenpreislste: Nr. 25 vom 1.1.2023

Anzeigenabwicklung:
Birte Januschewski -260
Felix Hesse -261

Layout:
Michael Kohler -255
Liane Rosch -258
Rita Wildenauer -254
Lifensens e.V.

Abonnentenbetreuung:
Basak Aktas (verantwortlich) (b.aktas@blmedien.de) -270
Roland Ertl (r.ertl@blmedien.de) -271
Mario Reischl (m.reischl@blmedien.de) -272

Bezugspreis: Erscheint zweimonatlich (6 Ausgaben/Jahr).
Abonnementpreis: Inland jährlich 94 €, Ausland jährlich 107 €. Einzelpreis: Inland 19 €, Ausland 21 € (alle Preise inkl. Versandkosten und MwSt.). Der Abopreis für die Verbandsangehörigen des Bayerischen Fleischerverbandes ist im Mitgliedsbeitrag enthalten. Kündigungsfrist: Schriftlich vier Wochen vor Ablauf des Bezugsjahres.

Repro und Druck:
Alpha-Teamdruck GmbH, Haager Str. 9, 81671 München

Bankverbindung:
Commerzbank AG, Hilden
IBAN: DE 58 3004 0000 0652 2007 00
BIC: COBADE33XXX
Gläubiger-ID: DE 13ZZ00000326043

Für unaufgefordert eingesandte Manuskripte übernimmt der Verlag keine Gewähr. Namentlich gekennzeichnete Beiträge geben nicht immer die Meinung der Redaktion

wieder. Nachdruck und Übersetzung veröffentlichter Beiträge dürfen, auch auszugsweise, nur mit vorheriger Genehmigung des Verlages erfolgen. Im Falle von Herstellungs- und Vertriebsstörungen durch höhere Gewalt besteht kein Ersatzanspruch. Für den Inhalt der Werbeanzeigen ist das jeweilige Unternehmen verantwortlich.

Herausgeberin: Annemarie Heinrichsdobler -100
Geschäftsführer der B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG, 40724 Hilden:
Harry Lietzenmayer, Stephan Toth, Björn Hansen

Gerichtsstand: Hilden

ISSN: 2192-5033
Der Informationsgesellschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern angeschlossen.



**30 Tage
kostenfrei
testen!**

Angetippt, abgehakt, erledigt!
Einfach digital **dokumentiert.**



DIE HACCP APP

Erledigen Sie Ihre HACCP-Dokumentation einfach digital!



Lückenlose Dokumentation

Jederzeit rückverfolgbare Eigen-
dokumentation basierend auf der
EU Verordnung 852 / 2004.



Für Tablet & Smartphone

Läuft auf den Betriebssystemen iOS
und Android. App im Store laden,
Freigabe beantragen und los geht es.



Account einrichten

Filialen, Räume, Mitarbeiter anlegen,
Aufgaben und Termine zuweisen.
Ab jetzt läuft alles automatisch.



Automatische Erinnerung

Die App erinnert alle Mitarbeiter an
die zu erledigenden Aufgaben. So
kann nichts mehr übersehen werden.



Aufgaben abhaken

Hygienemaßnahmen abarbeiten,
in der App antippen und als erledigt
abspeichern. Abgehakt!



Alles im Blick

Der aktuelle Stand ist jederzeit
einsehbar, die Dokumentationen als
Datei abruf- oder ausdrückbar.

 **B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG**

Max-Volmer-Straße 28 · 40724 Hilden
Telefon: 02103 / 204-0
E-Mail: diehaccpapp@blmedien.de

Alle Infos gibt es auf
www.diehaccpapp.de



IVECO

Drive the road of change



Mehr Energie erfahren:

Jetzt informieren unter

www.iveco.de

Gut aussehend. Und elektrisch!

eDAILY. ELEKTRISIERT JEDEN.

Freie Fahrt in der Stadt: Der neue eDAILY hinterlässt Eindruck, aber keine Emissionen! Was auch immer Sie vorhaben – beladen, liefern oder verkaufen – der eDAILY verbindet die gewohnte Stärke und Vielseitigkeit des Daily mit allen Vorteilen der E-Mobilität. Mit seinem 140-kW-Elektromotor (188 PS), modularen und skalierbaren 37-kWh-Batterien, einem Nebenantrieb mit bis zu 15 kW und bis zu 3,5 t Anhängelast bringt er Ihr Business nachhaltig weiter. In allen Karosserie- und Aufbauvarianten und mit 3,5 t bis 7,2 t zulässigem Gesamtgewicht bringt der eDAILY jede Lebensmittel-Lieferung lässig ans Ziel. Wählen Sie aus vielen coolen Kombis für den Frischdienst- und Tiefkühltransport!



*Abbildung unverbindlich, Modelle können abweichen. Irrtum, Widerruf, Fehler und Änderungen vorbehalten.